

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**La programación de Canal Plus España (1990-2005): historia  
de la primera televisión de pago en España a través de sus  
contenidos**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Mireya Vicent Ibáñez**

**Directores**

**María Antonia Paz Rebollo**  
**Joseba Bonaut Iriarte**

**Madrid**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

La programación de Canal Plus España (1990-2005): historia de la primera televisión de pago en España a través de sus contenidos

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Mireya Vicent Ibáñez

DIRECTORES

Dra. María Antonia Paz Rebollo

Dr. Joseba Bonaut Iriarte



# Agradecimientos

Antes de comenzar, me gustaría realizar una serie de agradecimientos por las personas e instituciones que me han permitido elaborar este trabajo. Llegar hasta aquí no ha sido fácil, eso lo puede decir cualquier persona que haya pasado por un proceso similar. Sin embargo, es una experiencia muy enriquecedora y, si te puedes rodear de las personas adecuadas, este proceso se hace más simple.

En primer lugar, tengo que agradecer a mis directores de tesis, Dra. María Antonia Paz y Dr. Joseba Bonaut, que me hayan guiado y acompañado hasta aquí. Sé que, en cierta forma, pude llegar a ser una apuesta, un salto de fe que, espero, haya salido bien. Gracias por exigirme más, por enseñarme este otro mundo que solo conocen los que se atreven a adentrarse en él, y gracias por asegurarnos de que haya podido alcanzar el fin.

Después tengo que dar las gracias a mi familia, aunque no todos han podido presenciar este momento, habéis sido claves en este proceso. En especial debo agradecer el apoyo de aquellos que conviven conmigo: mis padres y hermano. Sé que es extraño que alguien se decida por este tipo de sendero en la vida tan pronto, gracias por no intentar hacerme cambiar de opinión y, sobre todo, gracias por estar ahí, aunque no comprendieseis del todo lo que estaba haciendo. Sé de sobra de dónde venimos y sé lo que os ha costado que pueda llegar aquí. Gracias.

También quiero agradecer el apoyo a los amigos y compañeros. Empezando por nuestro grupo del Despacho 120, y terminando por las personas que he conocido a través de esta investigación. Por supuesto no me olvido de mis amigas fuera de los confines académicos, gracias.

Por último, gracias al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, sin la financiación recibida a través del programa FPU esto no se habría realizado.



# Índice

|                                                                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resumen .....                                                                                                                                 | 12 |
| Summary .....                                                                                                                                 | 15 |
| Introducción .....                                                                                                                            | 18 |
| 1. Estado de la cuestión .....                                                                                                                | 20 |
| 2. Hipótesis, objetivos y metodología .....                                                                                                   | 22 |
| Capítulo I <i>Canal Plus</i> España como empresa. Nacimiento y desarrollo de un modelo de negocio televisivo en España.....                   | 30 |
| 1. El modelo de negocio de la televisión de pago.....                                                                                         | 31 |
| 1.1.El concepto de “modelo de negocio” .....                                                                                                  | 31 |
| 1.1.1. <i>La dificultad en la definición de “modelo de negocio”</i> .....                                                                     | 31 |
| 1.1.2. <i>Las perspectivas sobre el modelo de negocio</i> .....                                                                               | 35 |
| 1.1.3. <i>Los rasgos definitorios del modelo de negocio</i> .....                                                                             | 39 |
| 1.2.El modelo de negocio en la industria mediática.....                                                                                       | 41 |
| 1.3.El modelo de negocio televisivo .....                                                                                                     | 49 |
| 1.3.1.El modelo de la televisión pública.....                                                                                                 | 51 |
| 1.3.2.El modelo de la televisión comercial.....                                                                                               | 57 |
| 1.3.3.El modelo de la televisión de pago .....                                                                                                | 62 |
| 2. El modelo de negocio de <i>Canal Plus</i> España .....                                                                                     | 68 |
| 2.1. El origen del modelo de la televisión de pago: Estados Unidos .....                                                                      | 68 |
| 2.2. <i>Canal Plus</i> Francia: el origen del modelo de negocio de <i>Canal Plus</i> España.....                                              | 73 |
| 2.2.1 <i>Situación del sector televisivo en Francia antes de los años 80</i> .....                                                            | 73 |
| 2.2.2. <i>Nacimiento de Canal Plus Francia</i> .....                                                                                          | 76 |
| 2.2.3. <i>Expansión de Canal Plus Francia</i> .....                                                                                           | 81 |
| 2.3. <i>Canal Plus</i> España: nacimiento y evolución de su modelo de negocio.....                                                            | 83 |
| 2.3.1. <i>La situación televisiva en España antes de la desregulación televisiva: los primeros pasos hacia la ruptura del monopolio</i> ..... | 83 |
| 2.3.2. <i>El fin definitivo del monopolio: la desregulación televisiva llega a España</i> .....                                               | 87 |
| 2.3.3. <i>El proyecto de Canal Plus España</i> .....                                                                                          | 91 |
| 2.3.4. <i>Evolución histórica de Canal Plus España como empresa</i> .....                                                                     | 93 |

|                                                                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>3. Estrategia programática de <i>Canal Plus</i> España .....</b>                                                                      | <b>100</b> |
| <b>3.1. Estrategia programática general .....</b>                                                                                        | <b>101</b> |
| <b>3.2. Estrategia programática por géneros .....</b>                                                                                    | <b>105</b> |
| 3.2.1. <i>Ficción</i> .....                                                                                                              | 106        |
| 3.2.2. <i>Deportes</i> .....                                                                                                             | 109        |
| 3.2.3. <i>Cultural</i> .....                                                                                                             | 111        |
| 3.2.4. <i>Informativos</i> .....                                                                                                         | 113        |
| <b>Capítulo II Evolución histórica de los géneros y contenidos de <i>Canal Plus</i> España (1990-1996): nacimiento y esplendor .....</b> | <b>116</b> |
| <b>1. Primera etapa (1990-1993). Nacimiento y asentamiento de <i>Canal Plus</i> España.....</b>                                          | <b>117</b> |
| <b>1.1. Ficción .....</b>                                                                                                                | <b>118</b> |
| 1.1.1. <i>El cine: creación de una oferta y librería cinematográfica variada</i> .....                                                   | 118        |
| 1.1.1.1. El cine de minorías .....                                                                                                       | 126        |
| 1.1.1.2. La multidifusión .....                                                                                                          | 134        |
| 1.1.2. <i>Los cortometrajes y las series de ficción: establecimiento de la ficción más allá del cine</i> .....                           | 137        |
| <b>1.2. Contenidos deportivos.....</b>                                                                                                   | <b>143</b> |
| 1.2.1. <i>El fútbol: liga española, italiana e inglesa</i> .....                                                                         | 143        |
| 1.2.2. <i>La otra oferta deportiva: prácticas deportivas más allá del fútbol</i> .....                                                   | 148        |
| 1.2.3. <i>Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos</i> .....                                                   | 150        |
| <b>1.3. Contenidos taurinos .....</b>                                                                                                    | <b>153</b> |
| <b>1.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea ...</b>                                               | <b>157</b> |
| 1.4.1. <i>Contenidos musicales: la radio musical llega a Canal Plus</i> .....                                                            | 158        |
| 1.4.2. <i>Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: inicios de los magazines de entretenimiento</i> .....          | 164        |
| <b>1.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos .....</b>                                                     | <b>168</b> |
| 1.5.1. <i>Contenidos culturales: la llegada de los documentales</i> .....                                                                | 168        |
| 1.5.2. <i>Contenidos informativos: aparición de los reportajes y de los noticiarios</i> .....                                            | 172        |
| <b>2. Segunda etapa (1993-1996). Crecimiento y “edad de oro” de <i>Canal Plus</i> España ....</b>                                        | <b>174</b> |
| <b>2.1. Ficción .....</b>                                                                                                                | <b>178</b> |
| 2.1.1. <i>El cine: producciones recientes en prime time</i> .....                                                                        | 178        |

|                                                                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1.2. <i>Los cortometrajes y las series de ficción: el predominio de las series de ficción infantiles</i> .....                          | 187 |
| 2.2. <i>Contenidos deportivos</i> .....                                                                                                   | 192 |
| 2.2.1. <i>El fútbol: llegada de la Segunda División de la Liga</i> .....                                                                  | 192 |
| 2.2.2. <i>La otra oferta deportiva: la NBA</i> .....                                                                                      | 195 |
| 2.2.3. <i>Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos</i> .....                                                    | 202 |
| 2.3. <i>Contenidos taurinos</i> .....                                                                                                     | 204 |
| 2.4. <i>Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea</i> ...                                                | 206 |
| 2.4.1. <i>Contenidos musicales: ligero aumento de la oferta musical</i> .....                                                             | 206 |
| 2.4.2. <i>Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: mejora de la oferta</i> .....                                   | 209 |
| 2.5. <i>Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos</i> .....                                                      | 214 |
| 2.5.1. <i>Contenidos culturales: mejora de la oferta documental</i> .....                                                                 | 215 |
| 2.5.2. <i>Contenidos informativos: creación de nuevos espacios</i> .....                                                                  | 217 |
| <b>Capítulo III Evolución histórica de los géneros y contenidos de <i>Canal Plus</i> España (1996-2005): declive y desaparición</b> ..... | 221 |
| 1. <i>Tercera etapa (1996-2000). Formación y crecimiento de <i>Canal Satélite Digital</i></i> .....                                       | 222 |
| 1.1. <i>Ficción</i> .....                                                                                                                 | 223 |
| 1.1.1. <i>El cine: predominio estadounidense en prime time</i> .....                                                                      | 223 |
| 1.1.2. <i>Los cortometrajes y las series de ficción: innovando con los cortometrajes</i> ....                                             | 233 |
| 1.2. <i>Contenidos deportivos</i> .....                                                                                                   | 239 |
| 1.2.1. <i>El fútbol: desaparición de la liga italiana e inglesa</i> .....                                                                 | 239 |
| 1.2.2. <i>La otra oferta deportiva: incorporación de la Liga ACB</i> .....                                                                | 240 |
| 1.2.3. <i>Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos</i> .....                                                    | 244 |
| 1.3. <i>Contenidos taurinos</i> .....                                                                                                     | 248 |
| 1.4. <i>Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea</i> ...                                                | 249 |
| 1.4.1. <i>Contenidos musicales: aumento de los eventos musicales</i> .....                                                                | 249 |
| 1.4.2. <i>Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: los espacios de humor cobran fuerza</i> .....                   | 252 |
| 1.5. <i>Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos</i> .....                                                      | 257 |
| 1.5.1. <i>Contenidos culturales: aparición de nuevos programas culturales</i> .....                                                       | 257 |

|                                                                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1.5.2. Contenidos informativos: aparición de programas de entrevistas.....                                             | 262        |
| <b>2. Cuarta etapa (2000-2005). Declive y desaparición de Canal Plus España en analógico</b>                           | <b>264</b> |
| 2.1. Ficción .....                                                                                                     | 265        |
| 2.1.1. El cine: disminución de producciones recientes .....                                                            | 266        |
| 2.1.2. Los cortometrajes y las series de ficción: el predominio de las series de ficción para todos los públicos ..... | 274        |
| 2.2. Contenidos deportivos.....                                                                                        | 277        |
| 2.2.1. El fútbol: la Champions League como parte regular de la oferta.....                                             | 277        |
| 2.2.2. La otra oferta deportiva: predominio del baloncesto y del golf .....                                            | 279        |
| 2.2.3. Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos.....                                         | 280        |
| 2.3. Contenidos taurinos .....                                                                                         | 283        |
| 2.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea ...                                    | 284        |
| 2.4.1. Contenidos musicales: disminución de los programas musicales .....                                              | 284        |
| 2.4.2. Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: surgimiento de múltiples magazines .....        | 286        |
| 2.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos .....                                          | 290        |
| 2.5.1. Contenidos culturales: disminución de la oferta documental .....                                                | 291        |
| 2.5.2. Contenidos informativos: solo noticias de la CNN .....                                                          | 295        |
| <b>Capítulo IV La innovación en la propuesta programática de Canal Plus: análisis de casos de estudio .....</b>        | <b>297</b> |
| 1. Los programas deportivos: el magacín deportivo <i>El día después</i> (1990 – 2005).....                             | 299        |
| 1.1. <i>El día después</i> .....                                                                                       | 300        |
| 2. Los programas informativos: el espacio de entrevistas <i>Epílogo</i> (1998 – 2020) .....                            | 328        |
| 2.1. <i>Epílogo</i> .....                                                                                              | 330        |
| 3. Los contenidos miscelánea: el magacín <i>Lo + Plus</i> (1990 – 2005).....                                           | 340        |
| 3.1. <i>Lo + Plus</i> .....                                                                                            | 342        |
| <b>Conclusiones.....</b>                                                                                               | <b>372</b> |
| <b>Conclusions .....</b>                                                                                               | <b>381</b> |
| <b>Bibliografía.....</b>                                                                                               | <b>390</b> |

## Tablas Capítulo II

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1990-1993) .....                               | 122 |
| Tabla 2: Muestra de 25 películas de producción española (1990-1993) .....                                     | 123 |
| Tabla 3: Muestra de 25 películas de coproducción (1990-1993) .....                                            | 124 |
| Tabla 4: Número de estrenos cinematográficos por horas de emisión (1990-1993) .....                           | 126 |
| Tabla 5: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial de terror</i> (1990-1993) .....                         | 128 |
| Tabla 6: Número de películas españolas emitidas por temporada según el género (1990-1993) .....               | 130 |
| Tabla 7: Número de películas emitidas por temporada según la década de producción (1990-1993) .....           | 131 |
| Tabla 8: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial de cine español</i> (1990-1993) ..                      | 131 |
| Tabla 9: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial X</i> (1990-1993) .....                                 | 133 |
| Tabla 10: Muestra de 20 series infantiles (1990-1993) .....                                                   | 138 |
| Tabla 11: Muestra de 20 series para todos los públicos (1990-1993) .....                                      | 139 |
| Tabla 12: Tipo de serie emitida según temporada (1990-1993) .....                                             | 140 |
| Tabla 13: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1990-1993) .....                              | 142 |
| Tabla 14: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1990-1993) .....                 | 149 |
| Tabla 15: Resumen de los programas deportivos emitidos (1990-1993) .....                                      | 152 |
| Tabla 16: Resumen de los programas taurinos emitidos (1990-1993) .....                                        | 157 |
| Tabla 17: Resumen de los programas musicales emitidos (1990-1993) .....                                       | 164 |
| Tabla 18: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1990-1993) ..... | 168 |
| Tabla 19: Muestra de 10 documentales (1990-1993) .....                                                        | 169 |
| Tabla 20: Resumen de los programas culturales emitidos (1990-1993) .....                                      | 172 |
| Tabla 21: Resumen de los programas informativos emitidos (1990-1993) .....                                    | 173 |
| Tabla 22: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (1993-1996) .....                                    | 179 |
| Tabla 23: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1993-1996) ...                                | 180 |
| Tabla 24: Muestra de 25 películas de producción española (1993-1996) .....                                    | 181 |
| Tabla 25: Muestra de 25 películas de coproducción (1993-1996) .....                                           | 182 |
| Tabla 26: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial de cine español</i> (1993-1996)                        | 187 |
| Tabla 27: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial X</i> (1993-1996) .....                                | 187 |

|                                                                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 28: Muestra de 20 series infantiles (1993-1996) .....</b>                                                  | <b>188</b> |
| <b>Tabla 29: Muestra de 20 series para todos los públicos (1993-1996).....</b>                                      | <b>190</b> |
| <b>Tabla 30: Tipo de serie emitida según temporada (1993-1996) .....</b>                                            | <b>191</b> |
| <b>Tabla 31: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1993-1996) .....</b>                             | <b>191</b> |
| <b>Tabla 32: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1993-1996) .....</b>                | <b>195</b> |
| <b>Tabla 33: Resumen de los programas deportivos emitidos (1993-1996) .....</b>                                     | <b>204</b> |
| <b>Tabla 34: Resumen de los programas taurinos emitidos (1993-1996) .....</b>                                       | <b>206</b> |
| <b>Tabla 35: Resumen de los programas musicales emitidos (1993-1996).....</b>                                       | <b>209</b> |
| <b>Tabla 36: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1993-1996).....</b> | <b>214</b> |
| <b>Tabla 37: Muestra de 10 documentales (1993-1996) .....</b>                                                       | <b>215</b> |
| <b>Tabla 38: Resumen de los programas culturales emitidos (1993-1996) .....</b>                                     | <b>217</b> |
| <b>Tabla 39: Resumen de los programas informativos emitidos (1993-1996) .....</b>                                   | <b>220</b> |

### Tablas Capítulo III

|                                                                                                      |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 1: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (1996-2000) .....</b>                     | <b>225</b> |
| <b>Tabla 2: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1996-2000) .....</b>               | <b>226</b> |
| <b>Tabla 3: Muestra de 25 películas de producción española (1996-2000) .....</b>                     | <b>227</b> |
| <b>Tabla 4: Muestra de 25 películas de coproducción (1996-2000) .....</b>                            | <b>228</b> |
| <b>Tabla 5: Muestra de 5 películas de <i>Cine español en CANAL+</i> (1999-2000) .....</b>            | <b>231</b> |
| <b>Tabla 6: Muestra de 5 películas de <i>Miradas de cine</i> (1999-2000) .....</b>                   | <b>232</b> |
| <b>Tabla 7: Muestra de 5 películas de <i>Sesión especial X</i> (1996-2000).....</b>                  | <b>232</b> |
| <b>Tabla 8: Muestra de 20 series infantiles (1996-2000) .....</b>                                    | <b>234</b> |
| <b>Tabla 9: Muestra de 20 series para todos los públicos (1996-2000).....</b>                        | <b>235</b> |
| <b>Tabla 10: Tipo de serie emitida según temporada (1996-2000) .....</b>                             | <b>236</b> |
| <b>Tabla 11: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1996-2000) .....</b>              | <b>238</b> |
| <b>Tabla 12: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1996-2000) .....</b> | <b>241</b> |
| <b>Tabla 13: Resumen de los programas deportivos emitidos (1996-2000) .....</b>                      | <b>247</b> |
| <b>Tabla 14: Resumen de los programas taurinos emitidos (1996-2000) .....</b>                        | <b>249</b> |
| <b>Tabla 15: Resumen de los programas musicales emitidos (1996-2000).....</b>                        | <b>251</b> |

|                                                                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 16: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1996-2000).....</b> | <b>256</b> |
| <b>Tabla 17: Muestra de 10 documentales (1996-2000) .....</b>                                                       | <b>257</b> |
| <b>Tabla 18: Resumen de los programas culturales emitidos (1996-2000) .....</b>                                     | <b>261</b> |
| <b>Tabla 19: Resumen de los programas informativos emitidos (1996-2000) .....</b>                                   | <b>263</b> |
| <b>Tabla 20: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (2000-2006) .....</b>                                   | <b>266</b> |
| <b>Tabla 21: Muestra de 5 películas pornográficas (2000-2006).....</b>                                              | <b>268</b> |
| <b>Tabla 22: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (2000-2006) ...</b>                               | <b>269</b> |
| <b>Tabla 23: Muestra de 25 películas de producción española (2000-2006) .....</b>                                   | <b>270</b> |
| <b>Tabla 24: Muestra de 25 películas de coproducción (2000-2006) .....</b>                                          | <b>271</b> |
| <b>Tabla 25: Muestra de 20 series para todos los públicos (2000-2006).....</b>                                      | <b>274</b> |
| <b>Tabla 26: Muestra de 20 series infantiles (2000-2006) .....</b>                                                  | <b>275</b> |
| <b>Tabla 27: Tipo de serie emitida según temporada (2000-2006) .....</b>                                            | <b>277</b> |
| <b>Tabla 28: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada</b>                                  | <b>279</b> |
| <b>Tabla 29: Resumen de los programas deportivos emitidos (2000-2006) .....</b>                                     | <b>281</b> |
| <b>Tabla 30: Resumen de los programas taurinos emitidos (2000-2006) .....</b>                                       | <b>284</b> |
| <b>Tabla 31: Resumen de los programas musicales emitidos (2000-2006).....</b>                                       | <b>286</b> |
| <b>Tabla 32: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (2000-2006).....</b> | <b>290</b> |
| <b>Tabla 33: Muestra de 10 documentales (2000-2006) .....</b>                                                       | <b>292</b> |
| <b>Tabla 34: Resumen de los programas culturales emitidos (2000-2006) .....</b>                                     | <b>294</b> |
| <b>Tabla 35: Resumen de los programas informativos emitidos (2000-2006) .....</b>                                   | <b>296</b> |

#### **Tablas Capítulo IV**

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 1: Escaleta <i>El día después</i> (30-01-1995).....</b> | <b>316</b> |
| <b>Tabla 2: Escaleta <i>El día después</i> (18-11-2002).....</b> | <b>318</b> |
| <b>Tabla 3: Escaleta <i>Epílogo</i>.....</b>                     | <b>337</b> |
| <b>Tabla 4: Escaleta <i>Lo + Plus</i>.....</b>                   | <b>353</b> |

#### **Gráficos Capítulo I**

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gráfico 1: Tipos de emisiones Canal Plus España (1990-2005) .....</b> | <b>103</b> |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|

|                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gráfico 2: Emisiones de <i>Canal Plus</i> España agrupadas por géneros televisivos (1990-2005).....</b> | <b>106</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

## Gráficos Capítulo II

|                                                                                                          |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gráfico 1: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00 (1990-1993).....</b>                     | <b>119</b> |
| <b>Gráfico 2: Años de producción de las películas de estreno emitidas a las 22:00h (1990-1993) .....</b> | <b>120</b> |
| <b>Gráfico 3: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (1993-1996).....</b>                    | <b>184</b> |
| <b>Gráfico 4: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h.....</b>                     | <b>185</b> |

## Gráficos Capítulo III

|                                                                                                   |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gráfico 1: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (1996-2000).....</b>             | <b>229</b> |
| <b>Gráfico 2: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h (1996-2000) .....</b> | <b>230</b> |
| <b>Gráfico 3: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (2000-2006).....</b>             | <b>273</b> |
| <b>Gráfico 4: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h (2000-2006) .....</b> | <b>273</b> |

## Figuras Capítulo II

|                                                                                         |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 1: Disposición del equipo técnico de retransmisión, temporada 92-93 .....</b> | <b>145</b> |
| <b>Figura 2: Plató <i>El día después</i> (temporada 92-93).....</b>                     | <b>151</b> |
| <b>Figura 3: Cabecera <i>Transworld Sport</i> (1991) .....</b>                          | <b>152</b> |
| <b>Figura 4: Distribución cámaras en el ruedo, temporada 91-92.....</b>                 | <b>154</b> |
| <b>Figura 5: Distribución cámaras en el ruedo, temporada 92-93.....</b>                 | <b>155</b> |
| <b>Figura 6: Cabecera <i>Videominuto</i> (1991) .....</b>                               | <b>159</b> |
| <b>Figura 7: Lista <i>Del 40 al 1</i> (1992) .....</b>                                  | <b>160</b> |
| <b>Figura 8: Lista <i>Los 40 Principales</i> (1992) .....</b>                           | <b>160</b> |
| <b>Figura 9: Entrevista en <i>Los 40 Principales</i> (1992) .....</b>                   | <b>161</b> |
| <b>Figura 10: Presentador <i>Del 40 al 1</i> (1992).....</b>                            | <b>162</b> |
| <b>Figura 11: Sam y D.E.C.K.S. - <i>Despierta peque y al loro</i> (1990-1992) .....</b> | <b>167</b> |
| <b>Figura 12: Concursantes en <i>Aventura, aventura</i> (1991) .....</b>                | <b>167</b> |



|                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 13: Anuncio estrenos semanales de la cadena, <i>Primer plano</i> (1993).....</b> | <b>171</b> |
| <b>Figura 14: Anuncio <i>Canalsatélite</i> (1995).....</b>                                 | <b>177</b> |
| <b>Figura 15: Cabecera <i>Piezas</i> (1995).....</b>                                       | <b>188</b> |
| <b>Figura 16: Distribución cámaras segunda etapa .....</b>                                 | <b>194</b> |
| <b>Figura 17: <i>Buenos días, buenos clips</i>, cabecera de 1995.....</b>                  | <b>208</b> |
| <b>Figura 18: Cabecera <i>Mucho Más</i> (1995) .....</b>                                   | <b>212</b> |
| <b>Figura 19: Cabecera <i>Más o menos multiplicado o dividido</i> (1996).....</b>          | <b>213</b> |
| <b>Figura 20: Poliéster y Plexiglás - <i>Más o menos multiplicado o dividido</i> .....</b> | <b>214</b> |

### Figuras Capítulo III

|                                                                                    |            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 1: Cartel <i>Women</i> (1996-1997).....</b>                              | <b>236</b> |
| <b>Figura 2: Plató y presentadores <i>Generación+</i> (1999) .....</b>             | <b>246</b> |
| <b>Figura 3: Javier Veiga presentando <i>El club de la comedia</i> (1999).....</b> | <b>254</b> |
| <b>Figura 4: Cabecera <i>Magazine</i> (1999).....</b>                              | <b>260</b> |
| <b>Figura 5: Cabecera <i>Nuestro cine</i> (1999) .....</b>                         | <b>261</b> |
| <b>Figura 6: Javier Coronas presentando + <i>Te vale XXL</i> (2004) .....</b>      | <b>288</b> |

### Figuras Capítulo IV

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 1: Nacho Lewin y Jorge Valdano (1990-1991).....</b>          | <b>302</b> |
| <b>Figura 2: Michael Robinson (1993).....</b>                          | <b>303</b> |
| <b>Figura 3: Joaquín Ramos Marcos (1992-1993).....</b>                 | <b>303</b> |
| <b>Figura 4: Ramos Marcos, Robinson y Carrasco (1996).....</b>         | <b>304</b> |
| <b>Figura 5: Josep Pedrerol (1998-2004).....</b>                       | <b>305</b> |
| <b>Figura 6: Cabecera <i>La crónica</i> (1996) .....</b>               | <b>307</b> |
| <b>Figura 7: <i>La pizarra cibernética</i> (1990-1991).....</b>        | <b>308</b> |
| <b>Figura 8: <i>La pizarra cibernética</i> (1990-1991).....</b>        | <b>308</b> |
| <b>Figura 9: Robinson con la maqueta de Atocha (1997-1998).....</b>    | <b>309</b> |
| <b>Figura 10: Cabecera <i>El caviar</i> (1995-1996) .....</b>          | <b>309</b> |
| <b>Figura 11: Cabecera <i>La parabólica</i> (1999) .....</b>           | <b>310</b> |
| <b>Figura 12: <i>Lo que el ojo no ve</i> (1994-1996) .....</b>         | <b>311</b> |
| <b>Figura 13: Pancarta para <i>Lo que el ojo no ve</i> (1996).....</b> | <b>311</b> |

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 14: <i>Lo que el árbitro no ve</i> - semáforo.....                                | 312 |
| Figura 15: <i>Lo que el árbitro no ve</i> – monigote Ramos Marcos .....                  | 313 |
| Figura 16: <i>Lo que el árbitro no ve</i> – grafismo robot .....                         | 313 |
| Figura 17: <i>Coros y danzas</i> (1994-1995) .....                                       | 314 |
| Figura 18: Guiñol Michael Robinson .....                                                 | 315 |
| Figura 19: Disposición sillas en plató (1990-1994).....                                  | 321 |
| Figura 20: Disposición pantalla en plató (1990-1994) .....                               | 321 |
| Figura 21: Gradas plató <i>El día después</i> (1990-1991) .....                          | 322 |
| Figura 22: Plató <i>El día después</i> (1994-1997).....                                  | 322 |
| Figura 23: Letrero del plató – <i>El día después</i> (1994-1997).....                    | 323 |
| Figura 24: Tercer plató – <i>El día después</i> (1997).....                              | 324 |
| Figura 25: Tercer plató – Espacio maqueta Atocha.....                                    | 324 |
| Figura 26: Cuarto plató – <i>El día después</i> (1999-2000).....                         | 325 |
| Figura 27: Dibujo campo de fútbol – Cuarto plató (1999-2000) .....                       | 326 |
| Figura 28: Quinto plató – <i>El día después</i> (2002) .....                             | 326 |
| Figura 29: Maldonado, Robinson y Ruíz (2004).....                                        | 327 |
| Figura 30: Begoña Aranguren.....                                                         | 330 |
| Figura 31: Entorno grabación primer periodo – <i>Epílogo</i> .....                       | 332 |
| Figura 32: Situación entrevistado sala (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo ..... | 333 |
| Figura 33: Contraplano entrevista (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo .....      | 334 |
| Figura 34: Fundido inicio (Juan Antonio Bardem) – Primer periodo .....                   | 334 |
| Figura 35: Fundido final (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo .....               | 335 |
| Figura 36: Entorno grabación Julio Anguita – <i>Epílogo</i> .....                        | 336 |
| Figura 37: Entorno grabación Sara Montiel – <i>Epílogo</i> .....                         | 336 |
| Figura 38: Cabecera primer periodo – <i>Epílogo</i> .....                                | 338 |
| Figura 39: Cabecera segundo periodo – <i>Epílogo</i> .....                               | 338 |
| Figura 40: Máximo Pradera y Fernando Schwartz .....                                      | 344 |
| Figura 41: Ramón Arangüena, Ana García-Siñeriz y Fernando Schwartz.....                  | 345 |
| Figura 42: Ana García-Siñeriz y Manu Carreño .....                                       | 345 |
| Figura 43: Primer plató <i>Lo+ Plus</i> .....                                            | 346 |
| Figura 44: Disposición en mesa – <i>Lo + Plus</i> .....                                  | 347 |
| Figura 45: Disposición banda – <i>Lo + Plus</i> .....                                    | 347 |

|                                                                                                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 46: Banda – <i>Lo + Plus</i> .....</b>                                                   | <b>348</b> |
| <b>Figura 47: Disposición público en plató – <i>Lo + Plus</i> .....</b>                            | <b>349</b> |
| <b>Figura 48: Pantalla grande – <i>Lo + Plus</i> .....</b>                                         | <b>349</b> |
| <b>Figura 49: Pantallas pequeñas – <i>Lo + Plus</i> .....</b>                                      | <b>350</b> |
| <b>Figura 50: Segundo plató - <i>Lo + Plus</i>.....</b>                                            | <b>350</b> |
| <b>Figura 51: Tercer plató - <i>Lo + Plus</i>.....</b>                                             | <b>351</b> |
| <b>Figura 52: Disposición banda - Tercer plató - <i>Lo + Plus</i> .....</b>                        | <b>352</b> |
| <b>Figura 53: Inicio monólogo satírico - <i>Lo + Plus</i> (1-10-96) .....</b>                      | <b>353</b> |
| <b>Figura 54: Inicio pregrabado - <i>Lo + Plus</i> (29-11-01).....</b>                             | <b>354</b> |
| <b>Figura 55: Fragmento <i>videoclip</i> Suzanne Vega - <i>Lo +Plus</i> (1-10-96).....</b>         | <b>355</b> |
| <b>Figura 56: <i>Sketch</i> - <i>Lo + Plus</i> (29-11-01) .....</b>                                | <b>355</b> |
| <b>Figura 57: Dr. Espasmos (Javier Coronas).....</b>                                               | <b>356</b> |
| <b>Figura 58: Roberto Picazo (Joaquín Reyes).....</b>                                              | <b>356</b> |
| <b>Figura 59: Microespacio de Ana García-Siñeriz (20-7-01).....</b>                                | <b>357</b> |
| <b>Figura 60: Microespacio de Yoshio Murakami (11-12-96).....</b>                                  | <b>358</b> |
| <b>Figura 61: Microespacio Ramón Arangüena (1998) .....</b>                                        | <b>358</b> |
| <b>Figura 62: Microespacio Nico Abad (2003).....</b>                                               | <b>359</b> |
| <b>Figura 63: Chus Lampreave (11-12-96) .....</b>                                                  | <b>360</b> |
| <b>Figura 64: Cabecera <i>Canal One</i> .....</b>                                                  | <b>361</b> |
| <b>Figura 65: <i>Canal One</i> .....</b>                                                           | <b>361</b> |
| <b>Figura 66: Cabecera <i>La Saga de los Clark</i>.....</b>                                        | <b>362</b> |
| <b>Figura 67: <i>La Saga de los Clark</i>.....</b>                                                 | <b>363</b> |
| <b>Figura 68: Cabecera <i>Zapping</i> (2001).....</b>                                              | <b>364</b> |
| <b>Figura 69: <i>Zapping</i> (1-10-96) .....</b>                                                   | <b>364</b> |
| <b>Figura 70: Cabecera <i>Las noticias del guiñol</i> - <i>Lo +Plus</i> (1-10-96).....</b>         | <b>365</b> |
| <b>Figura 71: Guiñol Aznar (1997) .....</b>                                                        | <b>366</b> |
| <b>Figura 72: Localización <i>Las noticias del guiñol</i> en el plató de <i>Lo + Plus</i>.....</b> | <b>366</b> |
| <b>Figura 73: Guiñol Hilario Pino presentando desde el plató de <i>Lo + Plus</i> .....</b>         | <b>367</b> |
| <b>Figura 74: Guiñol de Jesulín de Ubrique declarando en el plató de <i>Lo + Plus</i>.....</b>     | <b>368</b> |
| <b>Figura 75: <i>Las noticias del guiñol</i> - <i>Lo + Plus</i> (1996).....</b>                    | <b>368</b> |
| <b>Figura 76: Cabecera <i>La semana del guiñol</i> .....</b>                                       | <b>369</b> |
| <b>Figura 77: Guiñoles de Aznar y Pujol vestidos como Romeo y Julieta .....</b>                    | <b>370</b> |

## Resumen

### **La programación de *Canal Plus* España (1990-2005): historia de la primera televisión de pago en España a través de sus contenidos**

La televisión de pago es, en la actualidad, un servicio completamente integrado en la sociedad española. Miles de hogares cuentan con algún tipo de suscripción a este servicio en sus diversas modalidades, y son ampliamente conocidos los nombres de *HBO*, *Netflix*, *Filmin* o *Amazon Prime Video*. Partiendo de esta realidad, cabe preguntarse cómo se ha llegado a este punto, una cuestión amplia en la que esta tesis es un primer aporte.

Para ello, esta investigación de corte histórico ha determinado como su objeto de estudio el que se considera como origen de la televisión de pago en España: *Canal Plus* España. En concreto, la atención se ha puesto en el periodo de 1990 a 2005, los años en los que la cadena emitió en analógico. Este periodo engloba los inicios del canal, su asentamiento dentro del mercado y sus actuaciones frente a la aparición de nueva competencia a finales de los 90.

Se ha partido de la hipótesis de que este canal aportó mucho más que un nuevo modelo de negocio al mercado televisivo español y que, su éxito se debió, en gran medida, a su oferta de contenidos y a la estrategia programática que diseñó con ellos. Esta hipótesis se ha concretado en tres objetivos generales.

En primer lugar, la elaboración de una radiografía completa de todos los contenidos que emitió la cadena durante sus 15 años de funcionamiento en analógico. Con ello se ha

podido determinar exactamente qué emitió, cuándo lo emitió y de qué manera lo emitió. Es decir, cuál fue su oferta programática y cómo esta se distribuyó en parrilla.

En segundo lugar, el establecimiento de las relaciones existentes entre los contenidos de *Canal Plus* España y su historia. En otras palabras, se ha estudiado de qué forma las acciones programáticas del canal estuvieron influidas por sus acciones empresariales y las de su empresa matriz, *Grupo Prisa*. Con ello se ha establecido la relación entre la faceta televisiva y empresarial de la cadena y, también, cómo se desarrolló la historia de *Canal Plus* España narrada a través de sus propios contenidos.

Por último, en tercer lugar, se han analizado contenidos y acciones concretas que supusieron una gran innovación para la cadena, de forma que se ha destacado el verdadero valor que tuvo como canal televisivo. Ello ha permitido destacar la innovación de sus contenidos, las novedades tecnológicas y de realización que introdujo, y lo esencial que fue la correcta selección de su oferta programática para su integración y éxito en España. Además, esto ha permitido reflexionar sobre las diferentes aportaciones de la cadena al actual panorama televisivo nacional.

Para la consecución de estos objetivos se ha desarrollado una metodología que combina el análisis de contenido junto con la aplicación de enfoques de carácter histórico con los propios de las ciencias de la comunicación. El primer paso, tras establecer el periodo de estudio de 1990 a 2005, ha sido la elaboración de una base de datos en la que recoger el vaciado íntegro de todas las emisiones realizadas por la cadena en el tiempo estudiado.

Este ha sido un trabajo manual realizado utilizando como fuente principal el periódico *La Vanguardia* y, para contrastar la información recogida, la propia revista de *Canal Plus* España. También, para recopilar información sobre los diferentes contenidos cinematográficos, se ha recurrido a las páginas *Internet Movie Database (IMDB)*, *FilmAffinity*, *Internet Adult Film Database (IAFD)* y *Adult Film Database*. En total se han recopilado 19.722 registros y, de cada uno de ellos, se han registrado 12 campos diferentes: temporada de emisión, macrogénero, microgénero, tipo de emisión, fecha de primera emisión, día o días de emisión, duración del espacio, entre otros.

Seguidamente se han analizado todos los datos recopilados mediante un proceso dividido en dos partes. En una primera fase se ha realizado un estudio sincrónico de los

datos que ha permitido obtener una visión de conjunto de todas las emisiones del canal; en él se ha prestado especial atención al tipo de emisión de los contenidos (abierto o codificado), y a los diferentes macrogéneros presentes en la parrilla de la cadena. En la segunda fase del análisis se ha realizado un estudio diacrónico con el que se ha podido seguir la evolución de los diferentes bloques genéricos a lo largo de las diferentes temporadas. Además, en esta fase se ha incluido un análisis de contenidos de los programas emitidos con el fin de valorar sus aportaciones. Conjuntamente se ha desarrollado un minucioso estudio histórico de *Canal Plus* España, como empresa y como canal de televisión, que ha permitido crear una cuidadosa línea temporal donde se interrelacionan las vivencias del canal y sus contenidos.

Finalmente, se ha realizado un análisis de contenido detallado de tres programas especialmente relevantes en la historia de la cadena: *El día después* (1990-2005), *Epílogo* (1998-2020) y *Lo + Plus* (1990-2005). Todo ello se ha complementado con un análisis de la evolución de cada uno de esos espacios para construir un relato histórico con el que entender por qué cada programa era de esa forma y por qué se realizaron ciertos cambios durante su periodo de funcionamiento.

En conclusión, esta investigación ha constatado que *Canal Plus* España fue mucho más que el sujeto por el que se introdujo el modelo de televisión de pago en el país. De hecho, el canal contó con programas y espacios novedosos e innovadores, algunos, producto de creaciones originales y, otros, fruto de la reformulación de espacios ya establecidos. También fue una cadena que apostó por contenidos arriesgados y, en muchas ocasiones, apoyó la libertad creativa de forma incondicional, llegando a ofrecer una gran variedad de contenidos, muchos de los cuales ya no son recordados.

## Summary

### **The *Canal Plus* Spain's programming (1990-2005): a content-based history of the first pay television broadcaster in Spain**

Pay television service has become fully integrated into Spanish society. Thousands of households have some kind of subscription service in its various forms, and the names *HBO*, *Netflix*, *Filmin* and *Amazon Prime Video* are widely known. One might ask: what is the background for this state of affairs? A broad question to which this thesis seeks to provide some initial answers.

The object of this historical study was what is considered to be the origin of pay television in Spain: *Canal Plus* Spain. Specifically, it is focused on the period from 1990 to 2005, the years in which the channel broadcast in analogue. This period covers the broadcaster's beginnings, how it became established in the market, and the actions taken in the face of new competitors in the late 1990s.

The initial hypothesis was that this broadcaster brought much more than a new business model to the Spanish television market, and to a large extent its success was due to both the content offered and the programming strategy designed for it. This hypothesis led to three general objectives.

Firstly, to provide a comprehensive snapshot of all of the content broadcast by *Canal Plus* Spain during its 15 years of analogue operation. This made it possible to determine exactly what was broadcast, when, and how it was broadcast. That is to say, what the programming of *Canal Plus* Spain was, and how the broadcast schedule was arranged.

Secondly, to establish a relationship between the content put out by *Canal Plus Spain* and its history. In other words, this involved analysing how the channel's programming was influenced by its corporate actions and those of its parent company, *Grupo Prisa*. This analysis has established a relationship between the broadcasting and business facets of the channel, while also illustrating what the programming content shows about the history of *Canal Plus Spain*.

Thirdly, to analyse the specific contents and actions that brought about major innovation, with a view to showcasing the true value of the broadcaster. This made it possible to discover the innovative content, technological and production aspects it introduced, and how selecting appropriate programming contents was key to its integration and success in Spain. It also led to a discussion of the different contributions made by the channel to the current Spanish television scenario.

In order to meet these objectives, a methodology was developed that combined content analysis with the use of historical and communication science approaches. Once the period to be covered was established (1990 to 2005), the first step, was to create a database of all *Canal Plus Spain*'s broadcasts during the period under study.

This was done manually using the *La Vanguardia* newspaper as the main source, with the magazine published by *Canal Plus Spain* being used for verification purposes. The following sites were also used to collect information on the film content: *Internet Movie Database (IMDB)*, *FilmAffinity*, *Internet Adult Film Database (IAFD)* and *Adult Film Database*. A total of 19,722 records were collected, catalogued across 12 different fields: broadcasting season, macro-genre, micro-genre, type of broadcast, date of first broadcast, day(s) of broadcast, and duration of the programme, among others.

All the data collected was then analysed within a two-part process. In the first phase, a synchronic study of the data was carried out to obtain an overview of all the channel's broadcasts. Special attention was paid to the type of content broadcast (free-to-air or encrypted), and to the different macro-genres included in the channel's schedule. In the second phase of the analysis, a diachronic study was carried out to follow how the different genre blocks evolved over the different seasons. This phase also involved conducting a content analysis of the programmes broadcast in order to assess their contributions. A detailed historical study of *Canal Plus Spain*, both as a company and as



a broadcaster, was carried out. This made it possible to create a precise timeline where the channel's experiences and contents were interrelated.

Finally, a detailed content analysis of three particularly important programmes in the history of the channel was carried out: *El día después* (*The Day After*) (1990-2005), *Epílogo* (*Epilogue*) (1998-2020) and *Lo + Plus* (1990-2005). This was complemented by an analysis of how each of these shows developed to build a historical narrative, in order to understand why each programme was the way it was and why some changes were made during its broadcasting period.

In conclusion, the study found that *Canal Plus* Spain was much more than an agent that introduced the pay television model in the country. It broadcast new, innovative programmes and shows, some of which were the product of original creations, and others reformulated versions of already established shows. It also endorsed some bold contents and often provided unconditional support to creative freedom, offering a wide variety of content, much of which is no longer remembered.

## Introducción

A día de hoy, es imposible negar que la televisión de pago es una realidad completamente integrada y asentada en España. Según datos del último informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en 2020 “la televisión de pago alcanzó los 8,2 millones de abonados, un millón más que en 2019” (CNMC, 2021b). Este crecimiento, habitual desde principios del siglo XXI (CNMC, 2021a), permite reafirmar que esta modalidad televisiva, en cualquiera de sus vertientes, no se encuentra en peligro cercano de desaparecer.

El éxito de la televisión de pago, el avance de las nuevas tecnologías, y los continuos cambios que todo ello genera en la audiencia, convierten a este tema de estudio en candente a nivel nacional e internacional. Se ha investigado el surgimiento y asentamiento de servicios *streaming* como *Filmin* (Clares-Gavilán & Cambrón, 2018). Se ha reflexionado sobre el impacto que estos nuevos servicios han tenido, y están teniendo, sobre la audiencia (Neira et al., 2021); al igual que los cambios que han generado en la industria audiovisual en cuestiones como la promoción y el marketing (Martín-Quevedo et al., 2021). Se ha indagado sobre los diferentes contenidos que ofertan estos servicios (Hidalgo-Marí et al., 2021), las posibilidades creativas que generan (Hudelet, 2020) y el tratamiento que reciben ciertos contenidos, como el deporte (Hutchins et al., 2019).

Estas son solo algunas cuestiones que han despertado el interés académico por la televisión de pago debido al gran impacto social que ha generado y a su, aparentemente, imparable crecimiento. Por ello, se presenta la necesidad de iniciar un proceso de reflexión sobre cómo, de qué manera y por qué se ha llegado a esta situación en España.

Es decir, es el momento de indagar sobre el origen e historia de la televisión de pago en España, lo que permitirá entender mejor la situación actual de esta en el país y su posible futuro desarrollo.

La investigación que aquí se presenta busca ser una primera aportación en ese proceso de reflexión. Para ello, este trabajo se ha centrado en el que se ha considerado como principal motor del desarrollo de la televisión de pago en el país, *Canal Plus* España; uno de los grandes protagonistas de la historia televisiva española que se ha convertido en un mero recuerdo para algunos, y un gran desconocido para otros.

Los orígenes de esta cadena se remontan, en cierta forma, a la Francia de 1984, cuando se creó el primer *Canal Plus*. Este hecho, un innegable hito histórico de la televisión francesa y europea, fue el desencadenante necesario para que el continente comenzara a abandonar los años de paternalismo televisivo, en forma de monopolio público, en los que vivía.

El éxito le llegó relativamente pronto al canal galo, puesto que, en solo dos años, logró alcanzar el millón de abonados, lo que le permitió comenzar a ser económicamente beneficioso. Vista la buena fortuna alcanzada en su país de origen, a partir de 1987 *Canal Plus* inició su expansión europea, exportando su modelo de televisión a otros países (Alonso González, 1998:19-20; Beceiro, 2013:38).

Producto de la unión de esas ambiciones expansivas y del interés por crecer del grupo español de comunicación *Prisa*, surgió una colaboración lo suficientemente importante como para impulsar la creación de *Canal Plus* España. Esta última vio la luz en septiembre de 1990, tras lograr la adjudicación de una de las tres licencias televisivas para retransmitir en analógico que el Gobierno sacó a concurso a finales de la década de los ochenta, poniendo fin al monopolio de la televisión pública en España (*El País*, 1989b).

No obstante, al igual que sucedió en Francia, para poder obtener dicha licencia televisiva, *Canal Plus* España tuvo que acceder a un modelo de emisión mixto; es decir, parte de sus contenidos debían emitirse en abierto y, otra parte, en codificado. Aunque, esto no cambia el hecho de que el surgimiento de esta cadena supuso la introducción y establecimiento en España de un nuevo modelo de negocio televisivo: el modelo de televisión de pago, como se ha señalado. Por primera vez en el país se desarrollaba, de manera legal, una televisión cuya financiación dependía, principalmente, de los abonados

y no de los ingresos publicitarios: lo primordial era satisfacer a los suscriptores y no ser los primeros en las mediciones de audiencia.

El canal español siguió los pasos de su predecesor francés y, en poco tiempo, pudo empezar a percibir beneficios (Alonso González, 1998:181), los cuales fueron seguidos por años de crecimiento y dominio del mercado español debido a la inexistente competencia (Geca, 1998:40-41). Sin embargo, el avance de la tecnología, y el desarrollo del propio sector hizo que todo ello comenzase a cambiar a finales de la década de los 90, con la aparición de las plataformas televisivas de pago.

Ese inevitable proceso de cambio llevó a *Canal Plus* España a desaparecer de entre las emisiones analógicas en 2005, en favor del canal *Cuatro*, y convirtiéndola en una cadena exclusivamente digital, disponible únicamente a través de las plataformas de pago; es decir, solo en codificado (Marcos, 2005b). En esta modalidad, la cadena se mantuvo activa hasta 2016, momento en el que *Canal Plus* España, como canal propiamente dicho, desapareció definitivamente (Viciosa, 2016).

## **1. Estado de la cuestión**

*Canal Plus* España fue un pionero en su país y el claro antecesor del actual panorama de televisión de pago que impera en España. Como tal, es un interesante caso de estudio en muchos aspectos y, de hecho, esta tesis no es el primer trabajo de investigación que se realiza sobre él. Sin embargo, los estudios que se han llevado a cabo hasta la fecha resultan escasos, insuficientes y ofrecen visiones, en ciertos aspectos, incompletas de la compleja realidad que fue *Canal Plus* España. A pesar de ello, es posible encontrar investigaciones realizadas desde diversas perspectivas, algunas más recurrentes que otras, entre las que caben destacar tres: empresa audiovisual, histórica y programática.

El enfoque más empleado ha sido el de la empresa audiovisual, centrado en analizar los diversos aspectos económicos, empresariales y tecnológicos de la cadena y de su entorno. Cabe destacar que no todas las investigaciones realizadas desde esta perspectiva prestan la misma atención a *Canal Plus* España. Por un lado, existen trabajos en los que solo tratan los aspectos empresariales de la cadena, como el de Herrero (2003), que analiza el modelo de televisión de pago que introdujo la cadena en España.

Por otro lado, están los que plantean una investigación mayor, junto al análisis empresarial del canal. A este respecto destacan las investigaciones realizadas por Bergés Saura (2004), Almirón (2008) y Alonso González (1999). Bergés Saura (2004) analiza la situación económica y financiera de *Antena 3*, *Telecinco*, *TVE* y *Canal Plus* España durante la década de los 90, para comprender mejor el mercado televisivo de aquella época. Almirón (2008) y Alonso González (1999) estudian, de diferente forma, la actividad de la empresa matriz de *Canal Plus* España; *Grupo Prisa* y *Sogecable*.

Tras la perspectiva empresarial, la histórica ha sido la más atendida por la comunidad científica. Es necesario aclarar que, cuando se ha empleado esta perspectiva, la cadena no ha sido el sujeto principal de estudio, sino una parte pequeña del mismo. De hecho, estos trabajos se interesaban sobre todo por el aspecto empresarial. Bajo esta perspectiva caben destacar los trabajos de Beceiro (2009a, 2009b, 2010, 2013), centrados en el estudio histórico de la televisión por satélite y digital, tanto en España como en Europa. En una línea similar, enfocada en gran medida en el aspecto tecnológico de la televisión, se encuentra el trabajo de Álvarez Monzoncillo (1997), quien estudia los diferentes modelos televisivos existentes hasta 1997 y las tecnologías que los hicieron posibles. Finalmente cabe mencionar el trabajo de Cruz Seoane y Sueiro (2004), quienes analizan la historia de *El País* y del *Grupo Prisa* desde los años 70 hasta principios de los 2000.

Por último, se encuentran las investigaciones realizadas con una perspectiva principalmente programática, que examinan algún contenido específico emitido por la cadena. Aquí destacan los trabajos realizados por Bonaut y Vicent (2020; 2019, 2020), por Rodríguez y Romero (2017), y por Vicent (2017). Bonaut y Vicent (2020; 2019, 2020) analizan la lógica programática de los contenidos de la cadena y su audiencia. Rodríguez y Romero (2017) reflexiona sobre cómo y de qué manera la cadena cambió la forma en la que los contenidos futbolísticos fueron retransmitidos, mediante el estudio de sus primeros años de vida. Por su parte, Vicent (2017) aborda la programación de *Canal Plus* España en abierto desde 1993 hasta 2000 por medio del estudio de su audiencia; un trabajo de gran peso cuantitativo que utiliza como base los rankings de audiencia de *Sofres*.

En la investigación que aquí se presenta se han tenido en cuenta estas tres perspectivas, priorizando la programática y la histórica, para construir un relato histórico sobre *Canal Plus* España narrado a través de su programación y contenidos. Es decir, un

relato que no solo se centre en su aspecto empresarial, sino, también, su faceta de canal de televisión *per se*.

## 2. Hipótesis, objetivos y metodología

Esta investigación parte de la hipótesis de que el verdadero valor de *Canal Plus* España fueron sus contenidos, en conjunción con su estrategia programática. Estos fueron la clave del éxito de la cadena y la razón por la que su novedoso modelo de negocio prosperó en el país. Además, todo ello resultó vital para conocer a la audiencia y, de esa forma, guiar las acciones de las plataformas y cadenas de pago que surgieron a posteriori.

Para demostrar dicha hipótesis se han planteado tres objetivos generales. En primer lugar, obtener una radiografía completa de todos los contenidos que emitió la cadena durante sus 15 años de funcionamiento en analógico. Es bien conocida la importancia del deporte, especialmente el fútbol (Bonaut-Iriarte & Vicent Ibáñez, 2020; Bonaut Iriarte & Vicent Ibáñez, 2019, 2020), y de la ficción, especialmente el cine (Mateos-Pérez & Cabeza, 2015), para *Canal Plus* España pero, ¿qué más hubo? Esta radiografía programática busca conocer qué emitió la cadena, cuándo lo emitió y de qué manera lo emitió. Es decir, cuál era la oferta programática de la cadena, y cómo se distribuyeron los diferentes contenidos por la parrilla e interaccionaron entre sí.

El segundo objetivo se centra en establecer la relación existente entre la oferta programática de *Canal Plus* España y su historia. Es decir, se trata de averiguar de qué manera las acciones empresariales de *Canal Plus* España y *Grupo Prisa*, afectaron a los contenidos y estrategia programática del canal, si es que lo hicieron. Con ello se pretende, no solo resaltar la inevitable interrelación entre la faceta empresarial y la televisiva de la cadena, sino, también, conocer cuál es la historia que cuentan los contenidos de *Canal Plus* España.

Finalmente, y como tercer objetivo, esta investigación analiza los contenidos y acciones más innovadoras y novedosas de la cadena, para poner de relieve su verdadero valor. Es decir, se quiere resaltar que *Canal Plus* España no solo fue una cadena utilizada para introducir un nuevo modelo de negocio. De hecho, fue un canal que introdujo contenidos televisivos innovadores, tecnología novedosa, una realización televisiva diferente y una oferta diferenciadora con la que demostró que, si la programación era

escogida adecuadamente, la audiencia española estaba dispuesta a pagar pese a tratarse de un país que, tradicionalmente, ha considerado la televisión como un servicio gratuito. Este proceso permite, además, reflexionar sobre las numerosas y diversas aportaciones que, invariablemente, han sido transmitidas al resto de cadenas televisivas españolas y que aun siguen presentes en el país.

Para poder alcanzar estos objetivos se ha empleado una metodología en la que se ha combinado el análisis de contenido con los enfoques de carácter histórico con los propios de las ciencias de la comunicación. Lo primero que se ha realizado ha sido acotar temporalmente el periodo de estudio.

Como ya se ha explicado, *Canal Plus* España estuvo en activo desde 1990 hasta 2016, es un tiempo amplio que abarca diferentes etapas y comportamientos por parte de la cadena. Para este trabajo en concreto se ha determinado que la opción más apropiada era centrarse en sus 15 primeros años de actividad (1990-2005), estableciendo la investigación durante el periodo en el que el canal se retransmitía en analógico.

Este se ha considerado como el periodo más adecuado por cuatro razones principales. En primer lugar, este fue el momento de conformación y desarrollo de la cadena, por lo que se pueden analizar las estrategias programáticas utilizadas para su inserción en el mercado y para la obtención de suscriptores. En segundo lugar, en este periodo el canal estuvo obligado a transmitir en abierto y en codificado, un tipo de emisión híbrida que, aunque vigente en otros países, ha desaparecido y presenta sus propias dificultades, las cuales son interesantes de conocer para saber cómo respondió la cadena ante ellas. En tercer lugar, debido a la emisión híbrida del momento, la cadena se encontraba en una competencia más directa con los canales generalistas en abierto de la que se pueda encontrar en la actualidad la televisión de pago; por lo tanto, es relevante conocer la forma en la que *Canal Plus* España se enfrentó a esa situación, y las estrategias que empleó para ello. Por último, el hecho de que no existan precedentes a este trabajo que hayan abarcado el estudio de toda la programación de ese periodo por lo que, la investigación de una etapa posterior carecería de una contextualización adecuada.

Tras acotar el periodo de estudio se ha procedido a la realización de una base de datos en donde se ha recogido un vaciado completo de todas las emisiones diarias que realizó *Canal Plus* España a lo largo del periodo seleccionado. Se ha optado por registrar todas

las emisiones en lugar de seleccionar una muestra porque este canal cambiaba con frecuencia su oferta, especialmente en algunas temporadas, por lo que, trabajar con una muestra habría supuesto una pérdida de datos considerable.

En total se han recopilado 19.722 registros y, de cada uno de ellos, se han registrado 12 aspectos diferentes:

- Temporada en la que el programa fue emitido, para lo cual se ha determinado que cada temporada se inicia el 1 de septiembre y finaliza el 31 de agosto del año siguiente. Esta decisión se ha basado en el hecho de que, tradicionalmente, septiembre ha marcado el inicio del curso televisivo de los canales generalistas, una convención que sigue vigente en la actualidad (Prieto, 2021).
- Nombre del programa o espacio emitido. En este sentido se ha tratado de ser lo más concreto posible por lo que se han registrado, por ejemplo, los títulos de las películas emitidas, los equipos protagonistas de los encuentros deportivos o las competiciones a las que pertenecían dichos encuentros.
- Macrogénero al que pertenece el contenido emitido. Esta división genérica se ha realizado siguiendo la clasificación establecida por Sofres/Kantar Media: religioso, cultural, información, miscelánea, *infoshow*, concurso, deporte, toros, musical, ficción, programas de venta y otros. Se ha decidido utilizar esta clasificación para poder mantener una coherencia genérica en el caso de necesitar consultar los datos de audiencias.
- Microgénero al que pertenece el contenido emitido. Nuevamente se ha utilizado la clasificación establecida por Sofres/Kantar Media. Cabe mencionar que en este apartado se ha realizado una pequeña modificación por resultar pertinente para facilitar el análisis de los datos. En lo relativo a los microgéneros deportivos también se ha registrado a qué modalidad deportiva pertenecía la emisión en el caso de tratarse de un encuentro deportivo (fútbol, boxeo, baloncesto...).
- Tipo de emisión del contenido; es decir, se ha registrado si el contenido se había retransmitido en abierto o en codificado.
- Fecha de la primera emisión del espacio dentro de cada una de las diferentes temporadas.



- Fecha de emisión, en el caso de tratarse de un espacio en el que se ha retransmitido un evento único como, por ejemplo, un partido de fútbol, una gala de entrega de premios o una corrida de toros.
- Días de emisión del espacio. En el caso de contenidos de una sola emisión, como un encuentro deportivo, se indica ese día, pero, en el caso de programas emitidos más de un día a la semana, como los informativos, se indican todos los días en los que se ha retransmitido ese espacio.
- Hora de comienzo del programa expresada en formato 24 horas.
- Hora de finalización del programa expresada en formato 24 horas.
- Duración del espacio expresada en minutos.
- Número de veces que se ha emitido el contenido. Este apartado ha sido utilizado para eventos que no han contado con una emisión periódica, como las de los programas informativos o de entretenimiento, pero que se emitían en varias ocasiones a lo largo de la temporada en su modalidad de multidifusión, como películas o documentales.
- En el caso de que el registro pertenezca a una película cinematográfica se han añadido, además, los siguientes datos: director, género de la película, país y año de producción. Estos datos se han incluido para poder obtener una mayor comprensión del tipo de obras cinematográficas que emitía la cadena.

Toda esta información ha sido recopilada de forma manual utilizando como fuente principal las guías de la televisión que se publican en los periódicos, en concreto, la publicada por *La Vanguardia* porque es la que ofrece más información, más completa y a la que se puede acceder íntegramente a través de su hemeroteca. Se ha optado por el uso de periódicos para obtener estos datos en lugar de publicaciones como *Teleprograma* porque, en caso de que se produjesen cambios de última hora respecto a la programación, estos quedaban reflejados con mayor facilidad en una publicación periódica, como *La Vanguardia*, que, en una mensual, como *Teleprograma*.

Además, los datos obtenidos de *La Vanguardia* han sido contrastados y corroborados por la guía televisiva publicada por la propia revista de *Canal Plus* España para sus abonados. Esta última no ha sido utilizada como fuente primaria única desde el principio

porque ha resultado muy complicado acceder a la colección completa de esta publicación puesto que no se encuentra de forma íntegra en los archivos a los que se ha tenido acceso.

Para la recopilación de los datos cinematográficos se ha consultado la página *Internet Movie Database (IMDB)*; en el caso de obras españolas no registradas en esa página, se ha optado por *FilmAffinity*. No obstante, ninguna de estas dos fuentes ha podido utilizarse para completar la información sobre las películas pornográficas puesto que no suelen figurar en ellas. En ese caso se han utilizado las páginas *Internet Adult Film Database (IAFD)* y *Adult Film Database*.

Una vez construida la base de datos, se ha procedido a su análisis dividido en dos fases. En una primera fase se ha realizado un estudio sincrónico de los datos para poder obtener una visión global de conjunto de todas las emisiones del periodo analógico del canal. Este estudio se ha basado en un análisis de contenido que ha valorado, por un lado, los diferentes tipos de emisión: abierto o codificado. Los resultados obtenidos han reafirmado el esperado predominio de los contenidos en codificado, los cuales supusieron el 78,63%, frente a las emisiones en abierto que constituyeron un 19,34%. Además, hubo un 2,03% de las emisiones que se realizaron en modalidad mixta, es decir, contenidos que eran emitidos en codificado y en abierto, por ejemplo, algunas multidifusiones de reportajes.

Por otro lado, dentro del estudio sincrónico, se han tenido en cuenta los diferentes bloques genéricos establecidos por Sofres/Kantar Media, en base los cuales se ha determinado el porcentaje de emisiones por género que llegó a realizarse en *Canal Plus* España: ficción, deporte, cultural, informativo, taurino, miscelánea, musical y concurso. Se ha prestado especial atención, realizando un análisis más detallado a los macrogéneros más importantes para la cadena por contar con una mayor presencia en la parrilla: ficción, deporte, cultural e informativo.

La segunda fase del análisis ha consistido en la realización de un estudio diacrónico de los datos, con el que se ha podido trazar la evolución de todos los bloques genéricos a lo largo de las diversas temporadas de forma detallada. En él se ha prestado atención a las diversas fluctuaciones de contenidos, las diferentes modificaciones de horarios, y a la aparición y desaparición de espacios, enfatizando la existencia o inexistencia de continuidad entre las diversas temporadas. En el proceso también se ha realizado un

análisis de los programas que fueron emitidos cuyo objetivo era permitir dar a conocer en qué consistían los espacios emitidos.

Paralelamente se ha llevado a cabo un detallado estudio histórico de *Canal Plus* España, como empresa y como canal de televisión, con el que poder establecer una línea temporal de los acontecimientos vividos desde sus inicios. La unión del estudio sincrónico y el estudio histórico ha permitido crear una línea temporal a través de la cual se recorren las diferentes temporadas de la cadena usando, como hilo conductor, sus cambios programáticos, los cuales han sido unidos, en todo momento, con los diversos sucesos que atravesaba la cadena.

Todo esto se ha realizado utilizando la base de datos realizada en conjunción con las hemerotecas de diversos medios, especialmente *El País*, y con la revista de la propia cadena. También se ha recurrido repetidamente a la página *YouTube* en busca de grabaciones de los programas emitidos por la cadena, a las cuales no se ha podido acceder de otra forma, para poder conocer exactamente cómo era cada uno de los programas que se emitían: su estructura y temática abordada. Desafortunadamente, esto no ha sido posible hacerlo con todos los espacios por no haber podido encontrar grabaciones de los mismos.

Finalmente, tras el análisis de la base de datos, se ha realizado un análisis detallado de programas emitidos por la cadena. Para ello se ha optado por aplicar un análisis del contenido guiado por la propuesta de Casetti y Di Chio (1999, pp. 235-248) que establece tres aspectos fundamentales: definición de los objetos de estudio, análisis individual de dichos objetos y establecimiento de confluencias entre los mismos.

En este caso, se han seleccionado los que han sido considerados como tres de los programas más relevantes en la historia de *Canal Plus* España: *El día después* (1990-2005), *Epílogo* (1998-2020) y *Lo + Plus* (1990-2005). Dicha selección se ha realizado de acuerdo a tres criterios. En primer lugar, son espacios paradigmáticos de la innovación programática de la cadena que supusieron una gran novedad y se convirtieron en importantes referentes para el canal. En segundo lugar, son contenidos producidos por o para la cadena. Y, en tercer lugar, son representativos de los diferentes macrogéneros presentes en la parrilla del canal (ficción, deporte, taurino, otros contenidos de entretenimiento y espacios de no entretenimiento).

De cada programa se ha seleccionado y visionado una muestra de programas de diferentes años para poder observar la evolución de los espacios a lo largo del tiempo: *El día después* años 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 2000 y 2002; *Epílogo* años 2002, 2003, 2005, 2013 y 2020; *Lo + Plus* años 1992, 1996, 1997, 2000, 2001, 2003, 2004 y 2005.

El visionado se ha realizado utilizando, nuevamente, *YouTube* como fuente principal de obtención de grabaciones de los programas, aunque también se ha podido acceder a alguna grabación VHS de alguno de estos espacios. Lógicamente, debido a la dependencia de *YouTube* como fuente, la muestra seleccionada de cada programa ha estado, en cierta forma, condicionada por los recursos disponibles. A pesar de ello, con una búsqueda lo suficientemente intensa, se han obtenido grabaciones representativas de las diferentes fases de cada uno de los programas.

Este análisis de contenido se ha complementado y completado con un análisis de la evolución de cada uno de los espacios, con el objetivo de construir un relato que explicase, detalladamente, por qué cada programa era de esa forma y por qué se realizaron ciertos cambios. En este apartado se había considerado la realización de entrevistas en profundidad de diversos protagonistas de cada uno de los espacios. No obstante, esto no se ha podido llevar a cabo debido a diversas circunstancias: una de las primeras ha sido la imposibilidad de contactar con protagonistas importantes por haber fallecido o estar retirados de la vida pública. Otra circunstancia no menos relevante ha sido la situación de pandemia causada por el Covid-19 y las restricciones ocasionadas. Por ello, se ha recurrido a reportajes y entrevistas antiguas que se realizaron a cada uno de los protagonistas en diversos medios de comunicación, que ofrecían información importante no distorsionada por el paso del tiempo, por ser, mayoritariamente, contemporáneas de esos programas.

Todo el trabajo que aquí se ha llevado a cabo se ha plasmado en cuatro capítulos diferentes diseñados para establecer una narrativa que parta de un enfoque general y termine en uno más detallado. El primer capítulo explica, a grandes rasgos, los diferentes tipos de modelo de negocio televisivo para poner en relieve qué introdujo en España la cadena a nivel empresarial: el modelo de televisión de pago. A continuación, se narra la historia, detallada, de *Canal Plus* España; se parte del origen francés de *Canal Plus*, posteriormente se explica el contexto en el que este canal llegó a España y, finalmente,

se explica cuál fue su desarrollo hasta su desaparición. El último apartado de este primer capítulo recoge el análisis sincrónico de los contenidos de la cadena.

El segundo y tercer capítulo recogen el estudio diacrónico de los contenidos recogidos en la base de datos. De acuerdo con las características observadas, las temporadas han sido agrupadas por etapas, conformando un total de cuatro: la primera de 1990 a 1993; la segunda de 1993 a 1996; la tercera de 1996 a 2000; y la cuarta de 2000 a 2005. A su vez, para facilitar la posterior comprensión de esta investigación, estas cuatro etapas han sido divididas en dos periodos. El primer periodo, de 1990 a 1996, ha sido recogido en el segundo capítulo. Mientras, en el tercer capítulo, se ha plasmado en segundo periodo, de 1996 a 2005.

El cuarto y último capítulo se ha dedicado al análisis de contenido de los tres programas seleccionados, *El día después*, *Epílogo* y *Lo + Plus*, en ese orden. El análisis de cada uno de esos programas se ha configurado en torno al estudio de cuatro elementos principales de cada uno de los programas: presentadores, contenido, estructura y estética.

## Capítulo I

### ***Canal Plus* España como empresa. Nacimiento y desarrollo de un modelo de negocio televisivo en España**

*Canal Plus* España, al igual que otros canales televisivos, fue el resultado visible de una actividad empresarial; casi todas sus acciones y decisiones programáticas estuvieron determinadas por los intereses de la compañía que lo respaldaba. De modo que, cualquier investigación que se desarrolle sobre *Canal Plus* España, también debe prestar atención a quienes lo controlaban.

Por ello, el primer capítulo de este trabajo pone el foco en los diferentes aspectos empresariales de *Canal Plus* España para conocer mejor el entramado corporativo tras la cadena. Con ello se pretende generar el contexto adecuado para una correcta comprensión de las diversas acciones programáticas de la cadena y las circunstancias bajo las que se llevaron a cabo.

De esta forma, el capítulo se ha dividido en tres partes. La primera se centra en explicar el concepto de modelo de negocio. Se parte de la definición genérica del término para, posteriormente, avanzar hasta explicar el concepto aplicado a la televisión. Tras lo cual, se desarrollan los diferentes modelos de negocio que existen en el ámbito de la empresa televisiva y se pone el foco en la televisión de pago, seña identitaria de *Canal Plus* España.

La segunda explica la historia del modelo de negocio de *Canal Plus*. Se parte de sus orígenes fuera de España para poder conocer las razones exactas de su creación. Posteriormente, el capítulo se introduce en la historia televisiva española, explorando el contexto y la manera en la que surgió *Canal Plus* España. Finalmente, se recorre el desarrollo y evolución del modelo de negocio de la cadena en España.

La tercera parte se focaliza en la estrategia programática de *Canal Plus* España. En ella se explica de qué manera ese nuevo modelo de negocio de la cadena cobró vida a través de su programación y contenidos. El análisis presentado en este apartado se realiza abordando la programación de forma global, centrándose en sus principios programáticos, para conocer claramente la oferta pionera de televisión de pago en España, su sentido, objetivos y principales obstáculos.

## **1. El modelo de negocio de la televisión de pago**

*Canal Plus* España no solo fue un canal de televisión, sino también una empresa cuya actividad se desarrollaba dentro del mercado audiovisual. Todas las decisiones que realizaba, respecto a su programación y estrategia de contenidos, reflejaban su comportamiento empresarial (Capapé Poves, 2017, pp. 28-29). Este comportamiento se guiaba por un modelo de negocio diseñado para que la cadena alcanzase, entre otras cosas, el beneficio económico (Nieto & Iglesias, 2008, p. 16).

Es necesario en este apartado, por tanto, concretar el concepto de modelo negocio en el mercado televisivo para posteriormente entender e identificar mejor el modelo escogido por *Canal Plus España*, así como sus decisiones programáticas

### **1.1. El concepto de “modelo de negocio”**

#### **1.1.1. La dificultad en la definición de “modelo de negocio”**

Para poder hablar sobre el modelo de negocio en la industria audiovisual es necesario, en primer lugar, clarificar qué es un “modelo de negocio”. Dado que se trata de un término ampliamente utilizado, que cuenta con una creciente popularidad en el ámbito académico

y empresarial, puede parecer innecesario explicarlo. No obstante, este concepto se emplea erróneamente a modo de sinónimo de otros como, por ejemplo, “estrategia”, “concepto de negocio” o “modelo económico”. Además, no cuenta con una definición consensuada, porque, al ser utilizado en diversos campos, se tiende a generar definiciones propias (Casadesus-Masanell & Ricart, 2010, p. 126; Palacios Preciado & Oliva, 2011, pp. 23-24).

La dificultad para aclarar el concepto y producir una forma de uso generalizado, ha llevado a importantes esfuerzos académicos. Por ejemplo, Zott, Amit y Massa (2011) tratan de encontrar una definición global del término mediante la revisión literaria de publicaciones relevantes sobre el tema.

Ello les permite encontrar tres vías de conceptualización de “modelo de negocio”. En primer lugar, asumen su innecesaria definición por considerar que el concepto de “modelo de negocio” se integra de forma generalizada en la actividad empresarial. En segundo lugar, generan una definición a través de la comparación de conceptualizaciones previamente realizadas por otros autores. Por último, parten de los rasgos que caracterizan la noción de “modelo de negocio” para, finalmente, establecer una definición unitaria del mismo:

Of the 103 business model publications reviewed, more than one third (37%) do not define the concept at all, taking its meaning more or less for granted. Fewer than half (44%) explicitly define or conceptualize the business model, for example, by enumerating its main components. The remaining publications (19%) refer to the work of other scholars in defining the concept. (Zott et al., 2011, p. 1022)

De estos tres enfoques, los más proactivos son los dos últimos, aunque no por ello son capaces de resolver el problema de manera satisfactoria. Por ejemplo, las comparaciones entre definiciones existentes previamente basan su efectividad en la creencia de la existencia de puntos comunes entre ellas, algo que muchas veces no suele ocurrir: “If the concept [business model] is defined at all comparisons between different research results is hampered by the fact that a great number of definitions are used which at times have little overlap” (Von Rimscha, 2016, p. 209).



Por otro lado, el estudio de Zott, Amit y Massa (2011), a través de la recopilación de las diversas palabras claves utilizadas en múltiples definiciones del concepto, demostró la falta de coincidencias y la incapacidad de generar un concepto unitario:

At a general level, the business model has been referred to as a *statement* (Stewart & Zhao, 2000), a *description* (Applegate, 2000; Weill & Vitale, 2001), a *representation* (Morris, Schindehutte, & Allen, 2005; Shafer, Smith, & Linder, 2005), an *architecture* (Dubosson-Torbay, Osterwalder, & Pigneur, 2002; Timmers, 1998), a *conceptual tool or model* (George & Bock, 2009; Osterwalder, 2004; Osterwalder, Pigneur, & Tucci, 2005), a *structural template* (Amit & Zott, 2001), a *method* (Afuah & Tucci, 2001), a *framework* (Afuah, 2004), a *pattern* (Brousseau & Penard, 2006), and a *set* (Seelos & Mair, 2007). (p. 1022)

Si la definición de “modelo de negocio” se determina a través de sus componentes, se descubre también una clara falta de consenso. Por ejemplo, Shafer et al. (2005) identifican cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor. En definitiva, un modelo de negocio debe incluir las elecciones estratégicas, muchas veces asociadas a una red de organizaciones que colaboran, que explican la creación y captura de valor.

Por otro lado, Al-Debei et al. (2008) organizan y amplían la definición de “modelo de negocio” en torno a seis bases fundamentales: propuesta de valor, fuentes de ingresos, arquitectura de la organización, estrategia de la organización, lógica del negocio y operaciones de colaboración. George y Bock (2011), por su parte, inciden también en seis grandes puntos de vista, pero introducen aspectos como la innovación y aplicación tecnológica, así como la capacidad del “modelo de negocio” como facilitador de oportunidades.

Ese mismo modelo de seis elementos lo rescatan Kujala et al. (2010) incidiendo en la proposición de valor para el cliente, la estrategia competitiva, la posición en la cadena de valor, la organización interna del proveedor y la lógica de generación de ingresos.

Por último, Ricart (2009) establece nueve elementos en el “modelo de negocio”: proposición de valor, cliente objetivo, canal de distribución, relaciones, configuración de

la cadena de valor, competencias esenciales, red de socios, estructura de costes y modelo de ingresos. Además, añade un elemento fundamental que son las elecciones de la dirección sobre “cómo operar en esta organización”. Estas implican consecuencias e identifican la lógica de la empresa (Palacios Preciado & Oliva, 2011, pp. 25-26).

Ante esta falta de consenso, algunos autores como Morris, Schindehutte y Allen (2005) han tratado de reconciliar las diferentes visiones en una sola mediante el análisis comparativo de 19 propuestas preexistentes y la identificación de 24 elementos comunes, algunos mencionados repetidamente:

The most frequently cited are the firm's value offering (11), economic model (10), customer interface/relationship (8), partner network/ roles (7), internal infrastructure/connected activities (6), and target markets (5). Some items overlap, such as customer relationships and the firm's partner network or the firm's revenue sources, products, and value offering. (Morris et al., 2005, p. 727)

Con todo ello, los autores diseñaron una propuesta de definición conformada por un total de seis elementos: la propuesta de valor, el cliente, los procesos internos y las competencias, la generación de dinero, la competencia estratégica y la propuesta de valor futura (Morris et al., 2005, p. 729).

El primer elemento, la propuesta de valor (*value proposition*), tiene que ver con “the value offering of the firm. Decisions here address the nature of the product/service mix, the firm's role in production or service delivery, and how the offering is made available to customers” (Morris et al., 2005, p. 729).

El segundo, el cliente (*the customer*), se centra en “the nature and scope of the market in which the firm competes. To whom will the firm sell and where in the value chain will it operate? Customer types, their geographic dispersion, and their interaction requirement” (Morris et al., 2005, pp. 729-730).

El tercero, los procesos internos y las competencias (*internal processes and competences*), se emplean para “capture an internal capability or skill set that the firm performs relatively better than others... Development and enhancement of this

competency solidify the firm's role in the external value chain and become the focus for the internal value chain" (Morris et al., 2005, p. 730).

El cuarto, la generación de dinero (*how the firm makes money*), "provides a consistent logic for earning profits. It can be approached in... four subcomponents: operating leverage...; the firm's emphasis on higher or lower volumes...; the firm's ability to achieve relatively higher or lower margins; and the firm's revenue model" (Morris et al., 2005, p. 730).

El quinto, la competencia estratégica (*competitive strategy*), se refiere a "how the entrepreneur intends to achieve advantage over competitors. The challenge is to identify salient points of difference that can be maintained" (Morris et al., 2005, p. 730).

Finalmente, el sexto, la propuesta de valor futura (*value proposition*), refleja "the entrepreneur's time, scope, and size ambitions or what might be termed the firm's 'investment model'. Examples of four such models are subsistence, income, growth, and speculation" (Morris et al., 2005, p. 730).

En definitiva, todo "modelo de negocio" debe guiar a la empresa para que identifique cuál es su propuesta, el valor de la misma, se organice internamente para alcanzar su público objetivo, conozca el mercado en el que desarrolla su actividad, así como a sus competidores (con sus fortalezas y debilidades), y pueda trazar una estrategia que proporcione una ventaja competitiva frente a los competidores que resulte en un beneficio económico.

### **1.1.2. Las perspectivas sobre el modelo de negocio**

La propuesta reconciliadora y global de Morris et al. (2005, p. 727) no deja de presentar inconvenientes, puesto que tiene que convivir con la idea de que, en los diferentes sectores empresariales, al margen de los rasgos que definan al "modelo de negocio", existen diversas perspectivas y expectativas sobre esta herramienta y su uso.

Las perspectivas en torno al "modelo de negocio" giran en torno a tres visiones de la lógica empresarial: una centrada en la tecnología (tecnológica), otra en la forma de organización de la empresa (organizacional), y una última focalizada en las estrategias en el tiempo y con los competidores (estratégica) (Wirtz et al., 2016, pp. 2-3).

La perspectiva tecnológica y la organizacional, aunque diferentes por el desarrollo histórico que han tenido, son similares en cuanto a que ambas perciben el “modelo de negocio” como la principal representación de una compañía:

Authors of very early technological orientation have a very detailed viewpoint in considering the business model to be a small part of a company. This profound point of view is no longer found among the authors of modern technological orientation (in the context of the new economy). In fact, these authors are much more abstract and see the business model increasingly as a representation of a company... The authors of organization orientation also see the business model as a tool for the abstraction of an entire company. (Wirtz et al., 2016, p. 3)

Por su parte, la perspectiva estratégica concibe el “modelo de negocio” como una herramienta más para entender la posición en la que se encuentra la empresa en relación con su competencia: “[Here] the business model is seen as a strongly abstract tool to provide a picture of a company's competitive situation” (Wirtz et al., 2016, p. 3).

Sin embargo, en los últimos años las diferencias entre estas tres perspectivas están desapareciendo al mismo tiempo que se tiende hacia una cierta unificación dentro del campo en este sentido:

Considering the concepts used and referenced in each article, it is easy to recognize that the boundaries between basic theories become blurred. In articles of the recent past, the authors mostly refer to the fundamental works and aspects of all three basic perspectives... An increasingly uniform business model understanding seems to be developing. An aspect that also shows this development is the abstraction level of the business model view used. (Wirtz et al., 2016, p. 3)

Desde el ámbito de las perspectivas y expectativas, existe otra propuesta introducida por Morris, Schindehutte y Allen (2005). A través de su análisis de las palabras claves de 30 definiciones de “modelo de negocio”, los autores identifican tres perspectivas

diferentes, aunque interrelacionadas y jerarquizadas entre sí: económica, operacional y estratégica:

These categories can be labelled economic, operational, and strategic, with each comprised of a unique set of decision variables. They represent a hierarchy in that the perspective becomes more comprehensive as one progressively moves from the economic to the operational to the strategic levels. (Morris et al., 2005, p. 726)

La perspectiva económica percibe el “modelo de negocio” como la representación de la manera en la que la empresa va a generar beneficios: “At the most rudimentary level, the business model is defined solely in terms of the firm’s economic model. The concern is with the logic of profit generation. Relevant decision variables include revenue sources, pricing methodologies, cost structures, margins, and expected volumes” (Morris et al., 2005, pp. 726-727).

La perspectiva operacional lo entiende como la representación de la organización interna de la empresa: “The model represents an architectural configuration. The focus is on internal processes and design of infrastructure that enables the firm to create value. Decision variables include production or service delivery methods, administrative processes, resource flows, knowledge management, and logistical streams” (Morris et al., 2005, p. 727).

Y, por último, la perspectiva estratégica, lo plantea como la planificación a seguir por la empresa para alcanzar sus objetivos: “[Emphasis is on the] overall direction in the firm’s market positioning, interactions across organizational boundaries, and growth opportunities. Of concern is competitive advantage and sustainability. Decision elements include stakeholder identification, value creation, differentiation, vision, values, and networks and alliances” (Morris et al., 2005, p. 727).

Estas diferentes perspectivas tienen la capacidad de generar múltiples definiciones de “modelo de negocio”. Por ejemplo, desde la perspectiva tecnológica, Zott, Amit y Massa (2011, p. 511) indican que “a business model depicts the content, structure, and governance of transactions designed so as to create value through the exploitation of business opportunities”.

Desde la organizacional, Baden-Fuller y Morgan (2010, p. 157) señalan que se trata de “a set of generic level descriptors of how a firm organises itself to create and distribute value in a profitable manner”.

Mientras que desde la perspectiva económica, Stewart y Zhao (2000, p. 290) definen un “modelo de negocio” como un “statement of how a firm will make money and sustain its profit stream over time”.

Wirtz et al. (2016) tratan de aunar las tres perspectivas comentadas al inicio del epígrafe (tecnológica, organizacional y estratégica) para generar una definición más inclusiva de modelo de negocio.

En ella se destaca, en primer lugar, cómo el modelo de negocio sirve para que la empresa emplee, conscientemente, sus puntos fuertes (su valor interno) para generar sus productos. En segundo lugar, cómo el modelo de negocio ayuda a la empresa a ser consciente de elementos importantes para su actividad pero que son externos a la propia empresa, como son los clientes y el mercado en el que se desenvuelve. Por último, se destaca el carácter dinámico del mismo, fruto del carácter cambiante de la sociedad y del mercado:

A business model is a simplified and aggregated representation of the relevant activities of a company. It describes how marketable information, products and/or services are generated by means of a company's value-added component. In addition to the architecture of value creation, strategic as well as customer and market components are taken into consideration, in order to achieve the superordinate goal of generating, or rather, securing the competitive advantage. To fulfill this latter purpose, a current business model should always be critically regarded from a dynamic perspective, thus within the consciousness that there may be the need for business model evolution or business model innovation, due to internal or external changes over time. (Wirtz et al., 2016, p. 6)

### **1.1.3. Los rasgos definitorios del modelo de negocio**

Con todo lo expuesto anteriormente, se puede afirmar que el “modelo de negocio” muestra, esclarece y representa la forma en la que una empresa se organiza para realizar su actividad y conseguir un beneficio económico al mismo tiempo.

McGrath (2010) explica, desde un enfoque más práctico, que un “modelo de negocio” presenta cuatro ideas fundamentales que lo definen, y que son esenciales para la ejecución de una estrategia empresarial efectiva: fomenta el análisis interno, se construye en el tiempo, identifica potenciales debilidades de la empresa y establece diferentes estrategias según los condicionantes de cada momento.

En primer lugar, el “modelo de negocio” fomenta el análisis interno de las empresas, de forma que estas realicen un ejercicio de autoevaluación destinado a lograr un mayor conocimiento de sí mismas. Ello les permite obtener una mayor conciencia de sus fortalezas, lo que, a su vez, les sirve para identificar con mayor facilidad las diversas oportunidades dentro de su mercado:

It promotes an outside-in, rather than an inside-out, focus. For some time, managers have been advised to get to know their ‘core competences’ - those activities at which their firms excel - and find market opportunities to deploy them. The dilemma is that such analyses are often carried out with an internal focus. Focusing on business models shifts re-invigorates a view of firms as continually engaged with - and adapting to - changing customer values. Clearly, business models that don’t create value for customers don’t create value for the firms that seek to serve those customers either. (McGrath, 2010, p. 248)

En segundo lugar, un “modelo de negocio” no puede ser diseñado de forma perfecta desde un primer momento, por lo que siempre se debe estar dispuesto a desarrollar nuevos modelos de negocio en función de las necesidades del momento. “Business models often cannot be fully anticipated in advance. Rather, they must be learned over time, which emphasizes the centrality of experimentation in the discovery and development of new business models” (McGrath, 2010, p. 248).

En tercer lugar, el “modelo de negocio” permite descubrir posibles debilidades dentro de la estrategia de la empresa antes de que se produzcan:

A new appreciation of the dynamism of competitive advantages. Conventionally, the Holy Grail in strategy has been the creation of a ‘sustainable’ competitive advantage. In more and more categories, however, we see firms competing to achieve what we might think of as a ‘temporary’ advantage, which they exploit until competition has caught up or markets have changed, at which point, the hunt is on for a new advantage. The business model construct encourages conversations which might help us discern possible early warnings of model weakness and prompt the search for new ones. (McGrath, 2010, pp. 248-249)

Por último, si se ha tenido en cuenta todo lo anterior, se ha llegado al punto en el que se puede aceptar que, al igual que el “modelo de negocio”, la estrategia de las empresas es cambiante: “As business models themselves evolve and mature, adopting the notion suggests a developing understanding that strategy itself is quite frequently discovery driven rather than planning oriented” (McGrath, 2010, p. 249).

En definitiva, y a pesar de la dificultad de poder definir “modelo de negocio”, se puede considerar que es un elemento esencial para el correcto funcionamiento de una empresa, ya que les empuja a plantearse numerosas preguntas clave (Vives & Svejnova, 2009, pp. 72-75):

- a) ¿qué necesita el cliente?
- b) ¿cómo ofertar aquello que necesita el cliente?
- c) ¿cómo organizarse para obtener beneficios en el proceso de forma duradera?

Es decir, el “modelo de negocio” es una herramienta esencial para cualquier empresa, puesto que trata de impedir que los factores claves para el correcto desarrollo de su



actividad económica sean descuidados: los clientes, el producto con el que se trabaja y la industria en la que se opera.

## **1.2. El modelo de negocio en la industria mediática**

Como se ha explicado, el concepto de “modelo de negocio” continúa siendo objeto de discrepancias cuando se abarca desde una perspectiva general. Desde el campo concreto de la empresa mediática, el relevante para esta investigación, parece existir un mayor consenso al respecto. En esencia, desde este área se entiende por “modelo de negocio” como “the mechanism by which a company intends to create revenues and profit” (Kaul et al., 2008, p. 245).

No obstante, pese al aparente acuerdo en el campo de la empresa mediática, este énfasis en la generación de ingresos y beneficios no se encuentra exento de críticas. Algunos autores han señalado que esta concepción exclusivamente económica de las empresas de comunicación ha dado lugar a una noción de “modelo de negocio” como sinónimo de “modelo económico”.

Desde esta perspectiva se tiende a ignorar la importancia de otros elementos que constituyen un “modelo de negocio”: “A business model is not the same as a revenue model or economic model. Business models should not be concerned merely with the financial aspect of a business; they should deal with other aspects such as value creation, defining customers, and identifying competencies needed to stay in business” (Cha, 2013, p. 61).

Picard (2011, pp. 32-34) trata de analizar en mayor profundidad el concepto y, aunque mantiene el foco en el factor económico del mismo, expone la necesidad de distanciarse del aspecto empresarial para prestar atención al resto de características que rodean al proceso comercial. Concretamente, destaca la importancia de atender a la base de la actividad empresarial, es decir, a la industria en la que se desarrolla dicha actividad:

Business models are created and understood by stepping back from the business activity itself to look at its bases and the underlying characteristics that make commerce in the product or service possible. A business model involves the

conception of how the business operates, its underlying foundations, and the exchange activities and financial flows upon which it can be successful. (Picard, 2011, p. 33)

Teniendo todo ello en cuenta, Picard (2011, p. 33) define el “modelo de negocio” como una arquitectura en la que el producto, el servicio y la información permanecen intercomunicados para poder alcanzar el éxito empresarial:

Business models can be described as the architecture for product, service, and information flows. They include a description of various business activities and their roles as well as a description of the potential benefits for the various business actors and the sources of revenues. In terms of modern communications, business models need to account for the vital resources of production and distribution technologies, content creation or acquisition, and recovery of costs for creating, assembling, and presenting the content. Business models clarify the product segment (or segments) in which a firm operates. (p. 33)

En el caso concreto de las empresas televisivas, como *Canal Plus* España, debe tenerse en cuenta las particularidades de la industria mediática y, por ende, de su producto, un producto de naturaleza creativa: “Media products result from creative work that is based on information, ideas, and literary and artistic endeavour” (Picard, 2011, p. 6).

Por ello, la actividad mediática suele ser percibida simultáneamente como artística, comunicativa e industrial; una triple consideración que hace a esta industria portadora de una serie de características únicas:

Los contenidos de ficción y entretenimiento se generan, pues, dentro de un contexto industrial que exige una perspectiva integradora, ya que pueden considerarse al mismo tiempo -y en grados diversos, según el tipo de contenido de [que] se trate- una *forma de expresión artística*, una *actividad industrial* sujeta a leyes comerciales y un

*medio de difusión de ideas* con impacto cultural y social. (Pardo Fernández, 2014, p. 15)

Para empezar, esta industria trabaja con productos mediáticos que, a menudo, son considerados como bienes culturales porque “reflejan e incluyen al mismo tiempo la realidad cultural de la que forman parte” (Pardo Fernández, 2014, p. 31). En consecuencia, los beneficios de las empresas mediáticas no se miden solo en valores económicos, sino también en términos sociales, culturales y políticos (Picard, 2011, pp. 5-6). Este hecho conduce a que no todas las decisiones realizadas en la industria se lleven a cabo priorizando el factor económico puesto que hay otros potenciales valores a tener en cuenta:

Many decisions in media industries are based on noneconomic criteria and rely upon public service, artistic, and cultural factors, established relationships, the intuition of creative decision makers, and—sometimes—whimsy and hubris. Although not all producers of other products always act with economic rationality, the extent of the economic irrationality in media industries tends to be higher and more widespread than that found in other industries. (Picard, 2011, p. 7)

Otra consecuencia de trabajar con bienes culturales es que estas empresas son más visibles para la sociedad por la presencia que tienen en el día a día de las personas. Una presencia que se ve reforzada por la forma en la que se consume este producto:

Media products tend to be consumed more often than other products, and the time devoted to their consumption—especially that for television and radio programs and audio recordings—is far beyond that for other products. These factors create unique relationships between consumers and suppliers that are beyond those experienced in other industries. (Picard, 2011, p. 9)

Esta notoriedad social conlleva, a su vez, un mayor escrutinio por parte de los organismos políticos, los cuales suelen generar mayor cantidad de regulaciones que en otros sectores para tratar de ejercer control sobre él, debido a la potencial influencia del sector en la sociedad (Picard, 2011, p. 7).

Además, esta gran presencia social también fomenta la generación de una considerable cantidad de producto mediático, aun cuando no se va a obtener un beneficio económico por él, solo por la potencial exposición que dicho producto pueda tener. Esta actividad contribuye, a su vez, a que exista un exceso de oferta en el mercado (Picard, 2011, p. 8):

Many people will create content even without compensation because of expressive and artistic motives, public service motives, and desire to achieve fame and celebrity. The media industry thus differs significantly from automobile manufacturing, fast-food industries, and good retailing, where it is unheard of for people to work without compensation. People do not volunteer to work on automobile assembly lines, but often are very willing to write books, record audio content, and make films without assurance of payment. (Picard, 2011, p. 7)

A priori, un exceso de oferta mediática puede considerarse como algo positivo para los consumidores, al tener más opciones para elegir. Sin embargo, esta cuestión supone una complicación para las empresas dentro de la industria, no solo por el aumento de la competencia que conlleva, sino también por la dificultad añadida que supone para la creación de productos que realmente funcionen en el mercado, algo difícil de conseguir.

Los productos mediáticos, al ser bienes culturales, no atraen a los consumidores por sus propiedades físicas externas, sino por aquello que transmiten: “their value for consumers is tied up with the information or messages they convey, rather than with the material carrier of that information” (Doyle, 2002, p. 12).

Esta inmaterialidad causa que estos productos no puedan ser evaluados con gran precisión antes de salir al mercado, puesto que son bienes experienciales, es decir, “el público necesita «consumirlos» para determinar su valor” (Pardo Fernández, 2014, p. 31).

Esta falta de certeza sobre cómo va a ser recibido el producto en el mercado genera incertidumbre, que lleva a las empresas a abordar cada producto que se proyecta con cautela: “en el terreno audiovisual, salvo en el caso de la producción seriada (televisión), resulta difícil encontrar estándares de producción universales, de modo que cada proyecto singular se afronta como si fuera único en su género” (Pardo Fernández, 2014, p. 26).

En consecuencia, la creación de un producto mediático supone una considerable inversión de dinero inicial que puede, o no, llegar a ser recuperado lentamente (Pardo Fernández, 2014, p. 25). Esto convierte al sector mediático en uno muy arriesgado, puesto que no existe fórmula alguna que permita conocer con antelación si algo va a ser aceptado en el mercado; una gran inversión inicial no garantiza el éxito ni es indicativo de mayor calidad:

No existe la fórmula mágica del éxito seguro y, consecuentemente, no es posible adivinar con seguridad la potencialidad económica del proyecto. La demanda sobre los productos de entretenimiento se construye sobre apreciaciones subjetivas... [El producto audiovisual] no siempre está sujeto a la discriminación de precios: la calidad de un contenido audiovisual no se refleja en el precio, al menos en algunos mercados (cine, vídeo de alquiler). El precio no aumenta o disminuye dependiendo de la calidad del producto, aunque ésta esté contrastada. Sí existe discriminación de precios por ventanas, según la exclusividad y las condiciones de consumo (experiencia audiovisual). (Pardo Fernández, 2014, pp. 26-31)

Por ello, cuando se crea un producto mediático, se trata de obtener la mayor rentabilidad posible alargando su vida útil y dándole múltiples usos (Picard, 2011, p. 8). En este proceso de rentabilización resulta especialmente útil el hecho de que se trate de un producto en gran medida inmaterial, ya que eso implica que sus costes de reproducción son relativamente bajos, permitiendo generar muchas copias a bajos precios: "once the first copy of a media product has been created ..., it then costs little or nothing to reproduce and supply to extra customers. Increasing marginal returns will be enjoyed as the audience for any given media product expands" (Doyle, 2002, p. 13).

Sin embargo, precisamente por la facilidad de reproducción de estos productos, el sector es especialmente sensible a la piratería, la cual pone en riesgo los beneficios económicos de la industria (Picard, 2011, p. 8).

En términos económicos, esta forma de operar en la que la generación de unidades extra de un mismo producto implica menor gasto cuanto mayor sea la cantidad de réplicas es conocida como una economía de escala:

Economies of scale exist in the media because of the public-good attributes of the industry's product. For media firms, marginal costs (MC) refer to the cost of supplying a product or service to one extra consumer. Average costs (AC) are the total costs involved in providing the product or service, divided by its audience – the total number of users who watch, read, listen to or otherwise consume it. In most sectors of the media, marginal costs tend to be low, and in some cases they are zero. Marginal costs are virtually always lower than average costs. Consequently, as more viewers tune in or more readers purchase a copy of the magazine, the average costs to the firm of supplying that product will be lowered. (Doyle, 2002, pp. 13-14)

La existencia de la economía de escala, en la industria mediática, es clave el carácter inagotable del producto mediático. Al tratarse de un producto de naturaleza inmaterial, su consumo por una persona no supone el fin de su vida útil, por lo que puede ser consumido por otra persona de forma que, sin coste adicional, el producto genere ganancias (Bustamante, 2001, p. 18):

The essential quality that audiences get value from is meanings, which are not, in themselves, material objects. Because the value of media content is generally to do with attributes that are immaterial, it does not get used up or destroyed in the act of consumption. If one person watches a television broadcast, it doesn't diminish someone else's opportunity of viewing it. Because it is not used up as it is consumed, the same content can be supplied over and over again to additional consumers. (Doyle, 2002, p. 12)

Finalmente, es necesario aclarar que en esta industria existen dos productos diferentes con los que se está comerciando simultáneamente. Por un lado, se encuentra el producto mediático *per se*, como los programas de televisión, el cual se crea para un consumidor que es la audiencia. Por otro lado, esa misma audiencia constituye un producto en sí mismo para la industria mediática, el cual va destinado a una clientela conformada por anunciantes:

Media firms often sell their wares simultaneously in two separate and distinct sorts of markets... The two commodities that media firms generate are, first, content (television programmes, newspaper copy, magazine articles, etc.) and, second, audiences. The entertainment or news content that listeners, viewers or readers 'consume' constitutes one form of output which media firms can sell. (Doyle, 2002, pp. 11-12)

En muchas ocasiones los anunciantes se convierten en los clientes más importantes, ya que son la principal fuente de ingresos para la empresa. Sin embargo, no se puede olvidar que ambos clientes, audiencia y anunciantes, son igualmente importantes ya que se retroalimentan entre ellos. El producto mediático atrae a las audiencias, las audiencias atraen a los anunciantes, y gracias a esos anunciantes se puede crear el producto mediático que atrae a las audiencias:

The audiences that have been attracted by this content constitute a second valuable output, insofar as access to audiences can be packaged, priced and sold to advertisers. Audiences are the main currency for many media companies, as these provide advertising revenue which... is a primary source of income for commercial television and radio broadcasters as well as for newspapers and many magazines. Even non-profit-seeking media are concerned with audiences. Public service broadcasters, for example, must pay close attention to their ratings and the demographic profile of their audience because the audience utility or satisfaction they can demonstrate is normally central to negotiations surrounding what level of funding, whether public or otherwise, is made available to them. (Doyle, 2002, p. 12)

En definitiva, a la hora de diseñar un “modelo de negocio” para una empresa televisiva hay que conocer todas las características y particularidades que hacen única a la industria mediática, y no solo centrarse en factores puramente económicos:

- Las empresas que la componen suelen tener mayor visibilidad para los clientes en comparación con otras industrias, lo que las hace más vulnerables al escrutinio político.
- Las decisiones que se toman en estas empresas no siempre se rigen siempre por el factor económico, puesto que sus beneficios se miden, también, en términos sociales, culturales y políticos.
- El proceso de creación de sus productos es complejo, por ser el resultado de un trabajo creativo a la par que comunicativo e industrial. Por ese carácter creativo, y por la visibilidad de la industria, es frecuente encontrar mano de obra dispuesta a generar estos productos gratuitamente.
- Se trata de una industria que se desarrolla dentro de una economía de escala, debido al carácter inmaterial e inagotable de sus productos. Lo que, por otro lado, convierte a esta industria en especialmente vulnerable a la piratería.
- La creación de cada producto supone un arriesgado desembolso económico exento de garantías, puesto que resulta complicado predecir si un producto será exitoso.
- La actividad de las empresas mediáticas se suele desarrollar en un mercado dual, es decir, trabajan para satisfacer, por un lado, a la audiencia y, por otro, a los anunciantes.

Solo teniendo en cuenta estas características y particularidades se puede aspirar a diseñar un “modelo de negocio” adecuado para una empresa mediática dentro de esta industria. Sin embargo, no hay que olvidar que, dado el papel de la tecnología en el sector y la naturaleza dinámica del mismo, ningún modelo de negocio que se cree estará exento de ser modificado para poder seguir siendo viable (Von Rimscha, 2016, pp. 11-12).



### 1.3. El modelo de negocio televisivo

Pese a las limitaciones que pueda presentar, la forma predominantemente aceptada de percibir el “modelo de negocio” en la industria mediática es como una herramienta que permite “outline how a firm makes or will make its money” (Picard, 2011, p. 34).

Por ello, los diferentes modelos de negocio televisivos que se van a analizar a continuación han sido establecidos desde el punto de vista económico, es decir, según las diversas maneras en las que las empresas televisivas obtienen beneficios económicos, para posteriormente relacionarlos con sus estrategias programáticas o de contenidos.

Al hacer referencia a la industria mediática en su conjunto, Picard (2011, p. 34) identifica hasta cuatro fuentes de financiación diferentes posibles: los consumidores, los anunciantes, los patrocinadores y los pagos directos entre empresas:

Consumer payment models include pay-for-use forms built on single purchases or subscriptions and up-sell models in which the cost for basic access and use is low, but extended or premium access and content use comes with a price. These consumer models allow for various bundling and versioning strategies that permit some price discrimination. Advertising payment models include payments for space or time and payment for action such as leads generated or click-through. Sponsorship is a form of marketing related to advertising in which companies and brands make payments in order to be associated with the media brand or product and thus make the content available for free. Business-to-business payments involve syndication and licensing content for use by other firms. (Picard, 2011, p. 34)

Alonso González (1999, pp. 38-41) se centra en identificar y analizar las diversas fuentes de financiación empleadas en las empresas televisivas. Concretamente, presenta cinco opciones de financiación, algunas de las cuales coinciden con las señaladas por Picard, aunque con cierta variación en su denominación: financiación mediante publicidad, cuota o licencia anual, financiación estatal, sistemas complementarios de financiación y cuota de suscripción o abono.

En primer lugar, se encuentra la financiación mediante publicidad, la denominada por Picard como “anunciantes”. Esta “se basa fundamentalmente en *vender* audiencias a los anunciantes por parte de las cadenas, en lugar de vender programas a los espectadores” (Alonso González, 1999, p. 39).

Esta fuente de financiación se puede presentar en forma de tres variantes de anuncios publicitarios: el mecenazgo, el patrocinio y la promoción o esponsorización. Cabe destacar que estas variantes constituyen la fuente de financiación de los patrocinadores bajo la perspectiva de Picard, aportándoles mayor entidad.

En segundo lugar, se encuentra la cuota o licencia anual, una opción no contemplada en el trabajo de Picard. Esta opción supone el pago de una “licencia anual o tasa por aparatos receptores. Dicha recaudación revierte en los organismos nacionales de televisión... y son el Gobierno o el Parlamento quienes deciden la cuantía de las cuotas anuales a pagar por los usuarios del televisor” (Alonso González, 1999, p. 39).

En tercer lugar, se encuentra la financiación estatal, una opción ligeramente similar a la de la cuota y que, al igual que esta, no es incluida por Picard al hablar de la industria mediática en su conjunto: “En este sistema... el presupuesto de la televisión proviene del dinero pagado por los contribuyentes al Estado. La financiación depende... del Gobierno, que tendrá la posibilidad de Controlar directamente la ideología, el estilo y la programación televisiva” (Alonso González, 1999, p. 40).

A este respecto, Bustamante (2001, p. 22) resalta que, pese a que el canon y la financiación estatal sean similares por entrar dentro de la categoría de financiación pública y tener objetivos idénticos, son diferentes en la práctica, por la libertad de actuación que cada una de ellas representa para la empresa televisiva receptora:

En la financiación pública, el canon es un impuesto regresivo (no proporcional a los ingresos) que permite una mayor autonomía de los entes televisivos respecto a los Gobiernos de turno; mientras que las subvenciones directas desde los presupuestos estatales adoptan un carácter más progresivo, pero subordinan más fuertemente a las televisiones respecto a los intereses gubernamentales. (Bustamante, 2001, p. 22)

En cuarto lugar, se encuentran los sistemas complementarios de financiación, que incluyen diversas opciones y que podrían equipararse a los “pagos directos entre empresas” establecidos por Picard. Esta fuente de financiación contempla, principalmente, cuatro opciones:

- Venta de programas, fundamentalmente por parte de cadenas como la BBC, que consiguen producciones de calidad y cuentan con un mercado asegurado en su propia lengua.
- Venta de servicios, por ejemplo, teletexto y otros servicios por cable.
- Empresas auxiliares, que colaboran con las cadenas en determinados aspectos como la producción o la publicidad.
- Publicaciones. Muchas cadenas publican revistas que informan de la programación y alcanzan importantes tiradas. También -como en el caso de la BBC- pueden publicar libros que sirvan de complemento o de extensión a algunos programas, fascículos, etc. (Alonso González, 1999, p. 40)

Por último, en quinto lugar, se encuentra la cuota de suscripción o abono, la cual es equiparable a la fuente de financiación denominada como “consumidores” por Picard. Se trata de una “modalidad mediante la cual la sociedad de explotación de una cadena exige a sus clientes el pago de una tarifa... se requiere, por tanto, una actitud voluntaria y un pago directo por el producto consumido” (Alonso González, 1999, pp. 40-41).

Estas formas de financiación son complementarias, es decir, la utilización de una de ellas no impide el uso de otra de manera simultánea (Picard, 2011, p. 34). La elección sobre esta cuestión constituye el factor determinante que hace que una empresa televisiva ejecute uno de los tres posibles modelos de negocio del sector: modelo de televisión pública, modelo de televisión comercial o modelo de televisión de pago (Herrero, 2003, p. 29).

### **1.3.1. *El modelo de la televisión pública***

Partiendo de una perspectiva exclusivamente económica, el modelo de la televisión pública es aquel en el que la empresa televisiva tiene como fuente de financiación

dominante el canon o el impuesto gubernamental específico (Herrero, 2003, p. 29). No obstante, esta es una conceptualización excesivamente simplista que parece partir de la idea de la existencia de un único concepto de televisión pública.

Tal y como han señalado autores como Brants y De Bens, “there is... not one theory or generally accepted notion of what public service broadcasting (PSB) stands for, and the variations in form according to national priorities and traditions are manifold” (2000, p. 8). En consecuencia, si existen diversas conceptualizaciones, y por tanto expectativas respecto a lo que es la televisión pública y a los requisitos que debe cumplir, es lógico concluir que existan variaciones dentro del modelo de la televisión pública.

En el contexto europeo, la televisión pública fue la primera modalidad televisiva que surgió, en la década de los cuarenta, como resultado del intervencionismo de los diferentes gobiernos que contribuyó, a su vez, a generar una situación de monopolio estatal en el sector durante décadas. Esta interferencia estatal normalmente se ha considerado justificada por ser consecuencia de “la gestión de un recurso escaso como eran las frecuencias hertzianas, la conciencia sobre la importancia político-cultural de la radiotelevisión, o el consenso sobre la necesidad de preservar a ese aparato de la presión comercial” (Bustamante, 2001, p. 31).

Además de esto, tal y como señala Bustamante (2001, p. 34), es importante resaltar el papel de la situación política del momento, la cual también contribuyó a justificar esa actuación por parte del Estado:

La mayor parte de los países europeos salía de la Guerra Mundial con una soberanía nacional y un sistema político debilitado. Y para restaurar el consenso y la identidad nacional era indispensable una televisión estatal centralizada y su acceso sistemático a la población... Además... se ha apuntado en muchos países de estructura democrática la existencia de un acuerdo implícito con el sector intelectual, que habría contribuido a sostener poderosamente también el monopolio público: los intelectuales, como en el Reino Unido o en Francia, disfrutaban de los medios de producción y de cierta libertad de creación fuera de la información, mientras el Estado y los gobiernos se aseguraban el control de esta última. (Bustamante, 2001, pp. 34-35)

Como consecuencia de todo esto, y de una mentalidad heredada de las experiencias previas experimentadas con la radio, en el continente europeo se asentó rápidamente la idea de que la televisión debía ser considerada como un servicio público. Por lo tanto, debía desarrollarse teniendo en cuenta el interés público, lo cual “usually meant that there was an explicit reference or implicit assumption of diversity and quality, catering for all while not forgetting minorities” (Brants & De Bens, 2000, p. 8).

Teniendo en cuenta este interés público, se estableció, durante las primeras décadas de vida de la televisión en Europa, un modelo de televisión pública que trató de proporcionar los siguientes valores y servicios, los cuales repercuten directamente en los contenidos: “universality of coverage; diversity in programming; reflection of national identity and culture; the servicing of minority interests; the provision of an impartial news and current affairs...; and the delivery of innovative, ‘quality’ programming designed to inform, educate and entertain” (Debrett, 2010, p. 19).

Todo esto se llevó a cabo gracias a una financiación proveniente, en los primeros años, de los impuestos (Bustamante, 2001, p. 31); aunque, ese no fue el caso de todos los países europeos:

Typically, broadcasting was centralized in a public institution with a monopoly over television and radio.... It was (and still is) usually run not under direct government control, but through a semi-independent board appointed directly or indirectly by the government or, more frequently, by the national legislature... (i.e., by the major political parties). Financing derives from a periodic license fee on television and radio sets, supplemented by advertising revenues. There are, of course, variations on the basic theme. Germany, a decentralized country, allows federal states to control broadcasting. Tiny countries such as Luxembourg and Monaco established themselves early as profitable "broadcasting havens." Britain permitted two commercial television channels. Greece had a military-dominated second channel. France and Sweden made their two or three public channels semi-independent of each other. Finland leased some of the public channel's broadcast time to a private broadcaster. Switzerland and Belgium have separate national broadcast institutions to serve their different language groups. And in the Netherlands, the ideological

"pillars" of society collaborate under the umbrella of a single broadcasting authority.  
(Noam, 1991, pp. 3-4)

Poco a poco el sector televisivo fue evolucionando y, con ello, el modelo de televisión pública fue cambiando. A partir de los años sesenta y setenta se introdujo la publicidad como forma complementaria de financiación, aunque los ingresos provenientes de los impuestos continuaron siendo la principal fuente económica (Bustamante, 2001, p. 36).

La transición definitiva hacia la adopción de la publicidad como una fuente de ingresos importante y, de esa forma, la aparición definitiva del sistema mixto o dual de financiación de la televisión pública, se produjo a partir de la década de los ochenta, con el inicio del proceso de desregulación (Bustamante, 2001, p. 57).

Este acontecimiento supuso el fin del monopolio estatal televisivo en Europa, abriendo el sector a la competencia televisiva, y forzando a la televisión pública a incrementar sus ingresos de maneras alternativas a los impuestos estatales como, por ejemplo:

- Por el aumento de su captación publicitaria, con los problemas antes señalados, incluyendo formas de patrocinio o de colocación de productos antes insólitas en los canales públicos. Pero también surgieron, a finales de los años noventa, movimientos y decisiones en sentido contrario, tendentes hacia una mayor limitación de las emisiones y de la financiación publicitarias con un correlativo incremento de los fondos públicos (al ejemplo del caso alemán, con límite de 20 minutos de publicidad por hora, excluyendo los horarios de máxima audiencia).
- Por la regionalización de parte de la programación, en ocasiones justificada por la descentralización del servicio público pero muchas veces destinada a captar nuevas canteras de publicidad local (como en el caso de RTVE).
- Por la búsqueda de mercados tradicionales en la televisión privada, como la edición y la venta de productos derivados de la programación (*merchandising*), o la exportación intensiva de programas.

- Por la explotación de nuevos mercados nacidos del desarrollo de nuevas tecnologías, como la venta de programaciones y servicios por satélite y cable e incluso a través de Internet, incluyendo fórmulas de pago por espectador (como la *BBC* en alianza con Pearson y TCI, o la televisión belga francófona con *Canal Plus*). (Bustamante, 2001, pp. 64-65)

En el contexto estadounidense, la televisión pública presenta un nacimiento y desarrollo completamente diferente al europeo. Mientras que en Europa la televisión pública originó el sector y se creó con el interés público en mente; en el país americano la televisión pública surgió en 1967, cuando ya se contaba con un sector televisivo afianzado, en un intento de compensar los errores de una industria dominada por intereses comerciales:

In most Western countries, public service broadcasting developed from the perceived need to manage limited spectrum resources in the public interest as the wider social implications of broadcasting emerged. In America, however, public broadcasting developed in the wake of the free market commercial system and was relegated a subordinate role. Established to repair the inadequacies of programming on commercial networks, it was never intended to challenge commercial domination. (Debrett, 2010, p. 133)

En esta situación, el concepto de televisión pública no se utilizó para hablar de una televisión que fuese considerada como un servicio público, tal y como sucedía en Europa. En este caso el término de televisión pública se empleó como sinónimo de televisión no comercial, la cual ofrecería una serie de contenidos que, en teoría, compensarían las carencias de los canales comerciales al mismo tiempo que no supondría una amenaza para las cadenas comerciales existentes:

‘Public’ system became widely accepted as an ideal model for non-commercial broadcasting in the United States. As a corrective to commercial television fare, public television was to serve neglected audiences and reflect the heterogeneity of

the American public, providing ‘excellence in the service of diversity’ and programming that ‘can help us see America whole in all its diversity’, serving as ‘a forum for controversy and debate...providing a voice for groups in the community that might otherwise be unheard’... Never intended as another network, the educational emphasis and local station structure effectively constrained public television’s audience reach and limited it to a marginalised system unable to achieve the national or cultural centrality of public service broadcasters elsewhere. (Debrett, 2010, pp. 135-136)

Esta cuestión ha sido criticada por autores como McChesney (2016, pp. 33-45), quien considera que no se puede afirmar que Estados Unidos tenga un servicio de televisión pública, ya que no cumple con los requisitos necesarios para calificarla como tal:

The United States has never had public service broadcasting in the global or historical sense of the term. We call it public service broadcasting, but it isn’t. What we mean by public broadcasting historically or globally is full-service broadcasting, with education, entertainment, and public affairs aimed at the entire population of a country. Its attributes are being nonprofit and noncommercial; dealing directly with the public instead of using ratings; having a relationship with the entire population to develop programming, not just the boring educational stuff, not just journalism and public affairs, but entertainment, the whole works. That was what public service broadcasting meant historically. (McChesney, 2016, p. 34)

Además, autores como Brooks y Ondrich (2006) señalan que una de las principales críticas que ha recibido, y sigue recibiendo, la televisión pública de Estados Unidos proviene de su aparente “elitismo”, puesto que los contenidos se crean pensando solo en parte de la audiencia: “Public broadcasting targets *certain* audiences but rather that it targets the *wrong* ones: privileged, educated, perhaps upper-income people, instead of those who really need the educational elements that public broadcasting can theoretically provide” (A. C. Brooks & Ondrich, 2006, p. 103).



Al margen de la debatida cuestión respecto al cumplimiento de sus supuestas funciones, la televisión pública estadounidense parece adquirir su calificación como tal, principalmente, por la fuente de sus ingresos. En el momento de su creación, en 1967, “the federal government committed to funding a public broadcasting system—one that would not be built around the need to deliver audiences to advertisers” (Hoynes, 2003, p. 119).

Esta actuación se realizaba, y se sigue realizando, a través del *CPB* (*Corporation for Public Broadcasting*), una organización creada en 1967 para desarrollar y gestionar este nuevo sistema de televisión:

Accommodating American aversion to state control, interconnection of the educational stations under their existing licensees became the basis for the system. The non-profit *CPB* was to co-ordinate the business of interconnection and programme production. The latter was to be achieved through funding at least two national production centres, the contracting of independent producers, and support to local stations for local production as appropriate. (Debrett, 2010, pp. 135-136)

No obstante, desde principios de los setenta la *CPB*, y la televisión pública, han tenido que hacer frente a numerosos intentos de recortes en su financiación por parte del Gobierno Federal. Por ello, desde los setenta, la televisión pública se vio obligada a buscar formas alternativas de financiación que le permitieran reducir su independencia económica del Gobierno Federal (Hoynes, 2003, p. 121).

En la actualidad, la televisión pública estadounidense se financia por medio de fondos públicos (tanto federales como no federales), donaciones particulares de la audiencia, empresas y fundaciones privadas, colegios y universidades (A. C. Brooks & Ondrich, 2006, p. 103).

### **1.3.2. *El modelo de la televisión comercial***

Desde el punto de vista económico, la televisión comercial es aquella en la que la publicidad se establece como la principal fuente de financiación: los anunciantes pagan a

las televisiones para poder emitir sus anuncios en unas franjas concretas dentro de la parrilla televisiva (Herrero, 2003, p. 35). Se trata de un intercambio comercial basado en la venta de una audiencia específica (Bustamante, 2001, p. 72), que permite ofrecer contenidos televisivos aparentemente gratuitos a los espectadores:

To assume that advertising-supported television broadcasters are in the business to broadcast programs [is a mistake]. They are not. Broadcasters are in the business of producing *audiences*. These audience, or means of access to them, are sold to advertisers. The product of a television station is measured in dimensions of people and time. (Owen & Wildman, 1992, p. 3)

En este contexto, las televisiones no venden espacios de emisión a los anunciantes, sino que les ofertan la posibilidad de que sus productos sean conocidos por aquella parte de su audiencia que conforma el grupo de potenciales compradores que buscan los anunciantes. Para que esta transacción funcione, las televisiones deben, por un lado, diseñar contenidos que permitan captar dicho público:

Los programas buscan su público. Desde el mismo momento de su ideación, los programas se diseñan en función del público al que se van a dirigir. Los programas tienen su *target* concreto.

El *target* de los programas debe buscar su afinidad con los *targets* publicitarios. Esta coincidencia debe ser efectiva. (J. Á. Cortés, 1999, p. 24)

Por otro lado, estas audiencias deben ser recopiladas y analizadas adecuadamente, por medio de los índices de audiencia, para poder transformarse en datos e información que, finalmente, vender a los anunciantes:

Ratings analysis is the analysis of the audience size and composition data produced by audience measurement firms for use in both the commercial and noncommercial

media sectors. Ratings data primarily are used by media outlets and advertisers to determine advertising rates, to assess the performance of media content, and to develop and assess strategies related to the production and placement of content. (Napoli, 2011, p. 286)

Todo este proceso no ofrece garantías ni para las televisiones ni para los anunciantes, es una apuesta para ambos: “[For the station] because... they can never be certain of the audience for their programmes, and the advertisers because they invest their money before knowing the audience results of the programmes in which they insert their commercials” (Herrero, 2003, p. 37).

Por ello, la dependencia en los índices de audiencia genera inseguridad entre las empresas televisivas que utilizan este “modelo de negocio”, haciendo que traten de evitar riesgos respecto a los contenidos que ofrecen. Eso produce contenidos menos variados, centrados en agradar a los anunciantes, tendientes a la duplicidad y diseñados para atraer a la mayor audiencia posible (Herrero, 2003, p. 40):

Commercial broadcasters sell audiences to advertisers, purchasing programming according to its ratings potential. This means that the majority are well served, while minorities are marginalised – unless they represent a viable niche market and can afford pay TV services. With cost efficiency and reliability, the key factors for programme production and purchase, the free market system has been characterised by adherence to proven formulas and formats, and programming that can be produced as long running series or on a fast turn-around basis. As a result, reality TV, soaps and sitcoms fare better than documentaries and one-off dramas. The pursuit of ratings thus tends to discourage creative risk taking. Although a commercial broadcaster may put a wide range of programming to air, the need to capture and hold the largest possible audience drives the entire schedule. One logical consequence of profit driven systems and a competitive marketplace is the structuring and packaging of news and current affairs according to the strategies of marketing consultants and advertisers, with soft news such as celebrity gossip frequently outranking political information and analysis. (Debrett, 2010, p. 19)

Según Bustamante (2001), “la estructura productiva de cada televisión privada viene enormemente determinada por la regulación, el poder de mercado alcanzado y la situación de competencia en cada sistema” (p. 81). Esto provoca que, históricamente, se pueda hablar de la existencia de diferentes modelos o sistemas de televisión comercial.

No obstante, las diferencias que hayan podido existir entre ellos han tendido a desaparecer por la propia naturaleza del mercado televisivo. Esto se debe a que “la economía televisiva, por su propia naturaleza económica, tiende a dos fenómenos mayores que determinan la orientación y supervivencia de sus actores: la concentración y la internacionalización” (Bustamante, 2001, p. 85).

En el contexto europeo, la televisión comercial inició su aparición a causa del proceso de desregulación del mercado televisivo, fruto de los diversos cambios políticos y sociales predominantes en el continente durante la segunda mitad del siglo XX: “From the 1980s onwards, the rise of neo-liberalism, the fall of the Communism and the expansion of the *European Union (EU)*, as well as digitization and convergence imposed changes on the broadcast sector in Europe” (Trappel et al., 2010, p. 81).

Unos cambios que, entre otras cuestiones, perseguían la apertura del mercado televisivo para poder aplicar las leyes del libre comercio al sector:

En Europa, la desregulación se centra en la segunda generación audiovisual (la televisión de masas) al adquirir el significado de desmantelamiento de los monopolios públicos de programación y, muchas veces, de difusión, con la apertura a la iniciativa privada y a la competencia; pero también comprende la flexibilización («liberalización») de las normas que regían la publicidad y la asunción misma por parte de los servicios públicos de una dinámica crecientemente comercial. (Bustamante, 2001, p. 47)

Esta desregulación, aunque deseada en el mercado, supuso un cambio de mentalidad y de la forma de actuar de las televisiones europeas. Por ello, el sector europeo buscó un ejemplo a seguir que tuviese experiencia gestionando el modelo de televisión comercial, y lo encontró en la industria estadounidense, porque ese modelo llevaba años en funcionamiento en ese país:

En el momento en que se liberaliza la actividad televisual en Europa (años 80), el referente para las empresas televisuales es el llamado modelo americano, o más concretamente el modelo americano de las *networks*. Un panorama de televisión múltiple, que basa sus estrategias de rentabilidad en la captación de audiencia; un hecho que, en términos cuantitativos y cualitativos, es la exigencia del sector publicitario para conocer sus inversiones. (J. Á. Cortés, 1999, p. 23)

Al igual que sucedió en Europa en el momento del surgimiento de la industria televisiva, en Estados Unidos el punto de partida para la creación de la industria televisiva fue la industria radiofónica preexistente. En este caso, el sistema asentado estaba basado en el modelo comercial, y ese fue el que se adoptó en la televisión estadounidense en su creación:

The particular legal-economic structure of television was already largely determined in TV's pre-history - in the development of radio. Commercial or "toll" broadcasting (in which a station leases airtime to an advertiser) began in the 1920s and proceeded to supplant all other forms of broadcasting. Advertising-supported broadcasting has an economic advantage over other forms of non-commercial broadcasting such as educational, amateur, religious, etc. because it has a systematic means of financing programming. The first principle of broadcasting is to develop audience support by maintaining continuous programming or "flow." Not only were commercially financed stations better able to maintain flow, but they were also able to produce a greater consistency of high production value programming. (Vianello, 1994, p. 6)

Durante años, este modelo de negocio dominó el panorama televisivo en Estados Unidos, aunque no fue un periodo exento de dificultades. Para poder operar, las empresas tuvieron que adaptarse a un complejo sistema de restricciones legales diseñadas, a priori, para asegurar la libertad de expresión y el pluralismo informativo (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 141).

Este panorama legal propició la creación de un mercado televisivo muy particular conocido como el modelo de las *networks* americanas:

El modelo de *network*... es el fruto de una regulación determinada. Puesto que la legislación les prohibía durante años tener en propiedad más de siete emisoras (*Owned & Operated*, «O&O»), ampliadas a doce desde 1986, se concentraron directamente en los mayores mercados de las grandes ciudades y buscaron contratos de afiliación con emisoras «autónomas» por una doble vía: el aprovisionamiento de la programación para una parte de las emisiones y la gestión de la publicidad de ámbito nacional...

Se construyó así el mercado de la *syndication*, agencias y productoras independientes (sobre todo las *majors* del cine) que vendían sus programas a las emisoras «independientes» (no afiliadas), y se acrecentó la autonomía de programación de las aproximadamente doscientas estaciones afiliadas tradicionalmente a los *Networks*. Cuando esas regulaciones se fueron eliminando o relajando en los años ochenta y noventa, la estructura de la producción independiente era ya poderosa. (Bustamante, 2001, pp. 81-82)

No obstante, este dominio no fue eterno, ni en Estados Unidos ni en Europa: “Desde 1975 hasta nuestros días se han producido grandes cambios en la industria, pero, fundamentalmente, el desarrollo de las redes de cable [y de la televisión de pago] ha constituido un elemento perturbador capaz de romper la estabilidad” (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 144).

### **1.3.3. *El modelo de la televisión de pago***

Desde el punto de vista económico, el modelo de la televisión de pago es aquel en el que el espectador realiza un pago directo para poder visionar un determinado contenido (Herrero, 2003, p. 29). A diferencia del resto de modelos, este va a contar con una mayor libertad programática al no depender de la financiación estatal ni de la financiación publicitaria: “Lo que significa el fin de la maximización de la audiencia y de su fidelización permanente, sustituida por la búsqueda de la máxima satisfacción y la máxima fidelidad en el tiempo” (Bustamante, 2001, p. 155).

Esto supone un cambio en la manera de percibir al espectador desde la propia empresa televisiva: ya no se trata de un espectador-ciudadano o de un espectador-consumidor, se trata de un espectador-cliente (Bustamante, 2001, p. 153). Esto implica que el objetivo último de la televisión de pago debe ser mantener satisfecho al espectador, creando una oferta de contenidos que cumpla con sus demandas y necesidades (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 109).

Para ello, es necesario tener en cuenta qué es lo que busca un espectador que opta por utilizar este tipo de servicios. Según Richeri (1994, p. 96), pueden existir hasta cuatro razones principales por las que alguien puede optar por abonarse a la televisión de pago, y las concreta en el exceso de interrupciones publicitarias, la demanda de programas especiales, una programación ya seleccionada y el establecimiento de una forma de ocio alternativa:

Las motivaciones predominantes del público que se abona se hacen remontar a varios elementos que pueden entrelazarse entre sí o presentarse por separado. En algunos casos, el impulso más fuerte para abonarse es el rechazo a una excesiva presencia de anuncios publicitarios en la programación y, en particular, a las interrupciones en el curso de los distintos programas. En otros es la demanda de tipos de programas especiales, como las películas, los deportes, los programas para niños, etc., que la normal oferta televisiva no está en condiciones de satisfacer de modo suficiente. En otros más es la garantía de tener a disposición una programación seleccionada y de género que elimina el trabajo del consumo, es decir, las energías que se deben emplear para seleccionar y elegir entre una cantidad quizás excesiva de programas, con resultados a menudo decepcionantes. Se ha notado luego una consistente presencia entre los abonados de familiar pertenecientes a las clases menos acomodadas que encontrarían en la televisión de pago una forma de entretenimiento más económica que el cine u otras actividades de esparcimiento familiar extradomésticas. (Richeri, 1994, p. 96)

Es posible encontrar diversas modalidades de televisión de pago en función de la forma de comercializarla y del soporte escogido para su distribución. Dependiendo de la opción de comercialización que se utilice, Bustamante (2001, pp. 157-161) distingue

entre Televisión de pago por abono o *Pay TV*, Pago por vision o *Pay Per View* (PPV) y Video bajo demanda o *Video On Demand* (VOD):

a) Televisión de pago por abono o *Pay TV*:

Es un modelo de televisión “pagado con una tarifa fija por tiempo, designa una transacción económica que vende la disponibilidad de una o unas programaciones para el consumidor y no su consumo efectivo” (Bustamante, 2001, p. 157).

Una variante más contemporánea de esta opción de comercialización es la denominada *Pay Per Channel* (PPC). Con ella, “a subscriber subscribes to one or multiple group(s) of channels for a fixed period of time, e.g., weekly or monthly. During the subscription period, the subscriber can watch all programs among the channels of the subscribed groups” (Sun et al., 2008, p. 1109).

b) Pago por vision o *Pay Per View* (PPV):

Este modelo “specifies that a subscriber pays for each single program. Unlike the PPC, PPV broadcasts the video programs according to the requests of the subscribers. The charge for PPV model is counted by program units, e.g., films” (Sun et al., 2008, p. 1110).

c) Vídeo bajo demanda o *Video On Demand* (VOD):

Este modelo especifica “the delivery of video content... to the individual viewer initiated by him/her at a time of his/her choice” (Altgeld & Zeeman, 2006, p. 3). Es importante no confundir este servicio con otras opciones de televisión a la carta que existen en la actualidad, como los servicios *catch up*.

No todas las opciones que permiten ver la televisión en el momento deseado por el espectador son servicios de vídeo bajo demanda:



Catch-up services usually only provide a limited amount of episodes and makes them available shortly after they air. Ad breaks are often included and close ties to the television schedule and the branding infrastructure of television channels are kept. Thus, these catch-up services are, essentially, time-shifting technologies. But VOD services like Netflix are closer to DVD, allowing for the consumption of ‘crystallized television’ or, in Jacobs’ terms (2011: location 3125), television consumption that has been freed from the pollution of the flow of broadcast television. (Jenner, 2017, pp. 7-8)

Una segunda manera de categorizar la televisión de pago es en función del soporte tecnológico utilizado para distribuirla. Según Bustamante (2001, p. 163), las empresas de televisión de pago pueden escoger entre la retransmisión por medio de ondas hertzianas codificadas, el satélite o el cable. Cada una de estas fórmulas requiere de unas infraestructuras específicas cuyos costes de instalación pueden ser determinantes en el momento en el que una empresa decida utilizar una u otra tecnología.

Existen discrepancias con respecto a la validez de esta clasificación. Autores como Richeri (1994, p. 92) señalan que esta no es una clasificación viable, porque el tipo de tecnología utilizada para las retransmisiones no es una cuestión definitoria para la decisión de suscripción al servicio por parte del espectador:

Tanto para la empresa de televisión como para el telespectador es del todo indiferente el medio que da lugar a un nuevo canal, sea el éter, el cable o el satélite. Son otras, en cambio, las consideraciones que juegan en sus decisiones. Para las empresas se trata de las inversiones necesarias para ampliar su mercado o para crear uno nuevo y, entonces, interesan sus dimensiones, potencialidades y tiempos de crecimiento, etc. Al telespectador le importan, en cambio, los gastos que debe soportar para recibir el nuevo canal y la calidad de las imágenes y de los programas que éste ofrece. El medio técnico de emisión no constituye ni siquiera un criterio válido de clasificación de los canales de televisión para distinguir la variación de la televisión y sus perspectivas. Clasificar los canales de televisión en base al medio de emisión usado es una pérdida de tiempo desde el momento en que no se trata de una particularidad relevante. (Richeri, 1994, p. 92)

Además de estas dos categorizaciones, Bustamante (2001, p. 165) señala la existencia de una tercera posible clasificación, creada a partir de las distintas estrategias programáticas empleadas por las cadenas. En función de las condiciones del mercado geográfico en el que cada canal compite, se pueden encontrar diferentes ofertas de contenido:

La comparación entre ofertas de contenido de los canales de pago y más específicamente de las ofertas *premium* ha permitido mostrar cómo el modelo de la *Pay TV* encierra estrategias muy diversas, más o menos cercanas o alejadas de la televisión convencional, determinadas en definitiva por su grado de competencia o su poder de mercado en cada realidad nacional. (Bustamante, 2001, p. 165)

De esta forma, se puede diferenciar entre un modelo de televisión de pago europeo y otro americano. El modelo europeo presenta una oferta de contenidos más diversa, creada en bloques y apoyada en la multidifusión cinematográfica. Por otro lado, el modelo americano presenta una oferta más centrada en la especialización de contenidos y las novedades:

En esta vía se ha llegado a identificar en una época un «modelo europeo» (Preta, 1992) simbolizado por la oferta original plurigénero de *Canal Plus* Francia, caracterizado por una programación modular y tranquila, más controlable por el espectador, que en la emisión de películas elegía una rotación por los diversos horarios y en poco tiempo; y un «modelo americano», ejemplarizado en la oferta inicial monogénero de *HBO*, con una programación de películas que reforzaba el efecto novedad y escaparate en los primeros días y semanas del mes, con una multidifusión lejana y poco controlable por el abonado. (Bustamante, 2001, p. 165)

Con el paso de los años, las condiciones del mercado en Europa y Estados Unidos se han equiparado, por lo que las diferencias entre ambos son cada vez menores:

Pero esas características, nacidas en definitiva del monopolio legal disfrutado por *Canal Plus* frente a la competencia dura sufrida por *HBO* en EE.UU. (con contraprogramación efectiva) ... tienden a desdibujarse en el tiempo, a medida que esos canales y sus mercados alcanzan una fase de madurez. (Bustamante, 2001, p. 165)

Se incide en la importancia del factor tecnológico en la aparición y el desarrollo de la televisión de pago (Richeri, 1994, p. 91). Si bien es cierto que las tecnologías han podido influir en el proceso, existen otros factores relevantes en el mismo:

Los problemas y fallos estructurales de la economía de las televisiones abiertas, la imposibilidad de poder dirigirse a públicos homogéneos por parte de los canales comerciales privados y públicos, la presión publicitaria y la existencia de una demanda que quiere distinguirse del resto consumiendo productos diferentes, junto con una huida de las inversiones de los anunciantes hacia los soportes no mediáticos, ha dado lugar a lo que hoy conocemos como la *Pay TV*. (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 137)

En definitiva, se puede concluir que encontrar una sola conceptualización de “modelo de negocio” es sumamente complicado debido a la variedad de enfoques y perspectivas existentes. Lo cual no imposibilita que se trate de un elemento esencial para una empresa al incitarla a reflexionar sobre su clientela, producto e industria, algo especialmente relevante en la industria mediática dadas sus particulares características.

En el caso concreto de la empresa televisiva, el modelo de negocio implementado (público, comercial o de pago) determina gran parte de sus actuaciones, porque sus objetivos empresariales se determinan en función del modelo empleado. Por ello, comprender el “modelo de negocio” escogido por *Canal Plus* España, y lo que eso implica, es esencial para entender sus decisiones programáticas y las estrategias diseñadas.

## **2. El modelo de negocio de *Canal Plus* España**

La aparición del modelo de negocio de televisión de pago de *Canal Plus* España fue una de las grandes innovaciones de la historia televisiva española hasta ese momento. Al igual que otros muchos sucesos, este gran hito fue posible gracias a numerosas y muy diversas circunstancias.

Para empezar, el desarrollo de un modelo de televisión de pago en Estados Unidos marcó la pauta para el mercado internacional. Posteriormente, y uno de los factores más determinantes, fue el nacimiento en Francia de *Canal Plus* como marca, canal de televisión y empresa: el gran referente europeo en la televisión de pago. *Canal Plus* España fue, en gran medida, el resultado de la adaptación de *Canal Plus* Francia; es decir, su modelo de negocio fue, en esencia, el mismo que el de la cadena francesa.

Para entender el origen y desarrollo del modelo de negocio de *Canal Plus* España, así como sus características, este epígrafe aborda, en primer lugar, el nacimiento del modelo originario de televisión de pago: el estadounidense. Posteriormente, se analiza *Canal Plus* Francia: cómo surgió, cuál fue su desarrollo, sus rasgos esenciales, qué dificultades encontró en sus inicios y qué soluciones implantó.

Por último, se pone el foco en *Canal Plus* España; qué circunstancias se dieron para su creación, cómo se adaptó el modelo francés a la situación española, qué particularidades presentó el modelo y cómo evolucionó dicho modelo a lo largo del tiempo.

### **2.1. El origen del modelo de la televisión de pago: Estados Unidos**

A pesar de que esta investigación se centra en la televisión de pago en España y, por tanto, en Europa, es necesario prestar una especial atención a Estados Unidos, puesto que, como se ha señalado, es considerado el país de origen del modelo de televisión de pago, convirtiéndose en referente para el resto de países que quisieron replicarlo.

El punto de partida de este modelo se remonta a las primeras conceptualizaciones de este, por entonces, nuevo modelo a comienzos de los años 30 en Estados Unidos (Gershon, 1990, pp. 3-4). No obstante, hubo que esperar hasta los años 50 para que dichos conceptos se convirtiesen en realidad. Tres empresas fueron las pioneras que, en el

espacio de dos años, pusieron en marcha diversos proyectos en pruebas de televisión de pago (Mullen, 1999, pp. 40-41; Richeri, 1994, p. 97).

La primera fue *Zenith Radio Corporation* en 1950, con su servicio *Phonevision*, el cual utilizaba las líneas telefónicas para llevar un cabo un prehistórico sistema de pago por visión: “The Phonevision service offered a choice of three films per day at a price of \$1 per showing. A subscriber wishing to receive a pay television program would simply notify the local telephone exchange. An operator, in turn, would release a correcting or key signal that was transmitted via phone line through a filter to the user's set” (Gershon, 1990, p. 4).

La segunda fue *Skiatron Electronics*, junto con *Television Corporation*, también en 1950, con su proyecto *Subscriber-Vision* (Mullen, 1999, p. 40). Este se servía de las tarjetas perforadas de *IBM* para funcionar y también se presentaba como una especie de sistema de pago por visión:

The Subscribervision system required the use of plastic punch cards, which were purchased in advance of the showing. The viewer would simply insert the plastic card into the television set. This activated a decoder device that would translate the over-the-air signal into a useable picture. (Gershon, 1990, p. 4)

La tercera fue *International Telemeter Corporation*, empresa parcialmente controlada por *Paramount Pictures* en 1951, con *Telemeter* (Mullen, 1999, p. 41). Su modelo se asemejaba al sistema de pago por visión. Consistía en introducir monedas en el televisor para poder visionar aquello que interesaba: “The Telemeter system required the user to insert money into a coin box that was attached to the television set” (Gershon, 1990, p. 5).

Estos primeros proyectos generaron un considerable revuelo en la industria audiovisual y del entretenimiento, puesto que se veía peligrar el sistema establecido hasta ese momento:

Loud protests were being made by broadcasters, broadcast networks and film theater owners with the additional support of various labor unions, consumer groups and women's organizations. They argued that pay television would reduce film theater attendance (already in decline since the rise of commercial broadcast television) and quite possibly destroy 'free' television, which they claimed was a more democratic system. Furthermore, as Hilmes explains, a prevalent concern was that the Hollywood film studios might come to dominate pay television in the way they had dominated theatrical exhibition prior to the 1948 Paramount Decree (in which the vertically integrated Hollywood studios had been forced to sell off their theater chains). (Mullen, 1999, p. 41)

A largo plazo, ninguno de estos proyectos pudo seguir operando puesto que la *FCC* (*Federal Communication Commission*) no les concedió las licencias necesarias para ampliar sus emisiones a nivel nacional (Mullen, 1999, pp. 40-41). Sin embargo, eso no supuso el fin de la televisión de pago en el país.

A inicios de la década siguiente, en 1963, se creó *Subscription TV* (STV) en California, el siguiente intento importante en el desarrollo de la televisión de pago (Richeri, 1994, p. 97). El proyecto estaba promovido por *Skiatron Electronics* y, en cierta forma, se trataba del "heredero" del pionero proyecto *Subscriber-Vision*. La principal diferencia entre este nuevo proyecto y su antecesor era la tecnología, puesto que en esta ocasión, *STV* se basaba en un sistema de televisión de pago por cable (Mullen, 2003, p. 54).

No obstante, el proyecto no fue recibido mejor que sus predecesores. Su aparición desencadenó la aprobación en referéndum, en 1964, de una ley anti televisión privada en el Estado de California: la *proposición 15* (Allswang, 2000, p. 85). Este suceso, junto con otras circunstancias, supuso el fin de este nuevo proyecto, al mismo tiempo que dificultó el desarrollo de este modelo televisivo:

[The theater owners of California] led and financed the referendum which ultimately led to approval of the antipay television law by a two-to-one margin. While histories properly credit the theater interests with leading the fight, it would be simplistic to

say their effort was the sole cause of STV, Inc.'s demise. Rather... California's voters were apparently not in sympathy with the idea of pay television. Further, STV's pioneering effort faced technical and economic handicaps which might have proved fatal even without the referendum. What is certain, however, is that after the demise of STV, Inc. almost a decade went by before a major effort was made to provide an alternative to over-the-air "free television." (Ostroff, 1983, pp. 371-372)

Sin embargo, unos años más tarde, en 1968, la *FCC* aprobó la *Fourth Report and Order*, un impulso necesario para este emergente modelo televisivo (Gunzerath, 2000, p. 670). Con ella, el principal organismo regulador del sector permitía, finalmente, la creación de televisiones de pago: "Since the FCC has found that a beneficial supplement would result from subscription television and that it would not destroy or seriously impair free television, there is no reason why it should not be attempted" (Elder, 1970, pp. 298-199).

Fue en la década siguiente, en los años 70, cuando sucedió el acontecimiento decisivo que estableció la televisión de pago en el país: la creación de la *HBO* (Home Box Office). Este proyecto comenzó a gestarse en 1971 a manos del propietario de *Sterling Communications*, una empresa de cable financiada, en gran parte, por el grupo editorial *Time Inc.*, el cual acabó controlando la *HBO* e incluyéndola en su estrategia de expansión (Edgerton, 2010, p. 1).

Un año más tarde, en 1972, la *HBO* finalmente debutó en Pennsylvania por medio de las redes de cable y con una oferta compuesta por estrenos cinematográficos y eventos deportivos (Cascajosa Virino, 2006, p. 25). Con esta propuesta, la cadena buscaba, siguiendo los principios del modelo de televisión de pago, atraer, complacer y retener a su audiencia, es decir, a sus suscriptores (Edgerton, 2010, pp. 1-2).

No obstante, por atractiva que fuese esa oferta, no era suficiente para conseguir la cantidad de abonados necesarios como para que la *HBO* fuese considerada algo más que otra cadena. El problema del canal residía en su forma de emisión, puesto que la tecnología empleada en ese momento situaba sus emisiones dentro del alcance regional, lo que se traducía en una lenta expansión por el país (Mesce, 2015, p. 81).

Ante esta situación, la cadena puso en práctica, en 1975, una forma de expandir su alcance de emisión más rápidamente: usar de forma combinada el cable y el satélite. Se trataba de una apuesta inédita y arriesgada; las señales eran distribuidas por satélites (que tenían un gran alcance), los cuales alimentaron a las redes de cable, que condujeron dichas señales a los hogares (Parsons, 2008, pp. 335-339). La efectividad de esta forma de retransmitir contenidos se vio rápidamente reflejada en el incremento de abonados al canal (Mesce, 2015, p. 80).

En solo tres años, desde 1972 hasta 1975, la *HBO* había introducido, exitosamente, un nuevo modelo de negocio y una nueva forma de transmitir televisión. Todo ello suponía un gran cambio para Estados Unidos que tuvo, principalmente, tres importantes consecuencias.

En primer lugar, no tardaron en aparecer otras cadenas que quisieron implementar el modelo televisivo de pago. Al comprobar que el modelo planteado por *HBO*, centrado en la programación especializada y la financiación a base de suscripciones, era viable, numerosos canales se crearon tratando de replicarlo. Por ejemplo, en 1976 *Viacom* lanzó *Showtime* con una oferta basada en el cine. Al igual que la *HBO*, *Showtime* comenzó retransmitiendo por cable para, posteriormente, unirse a la tecnología por satélite en 1978 (Edgerton, 2010, p. 4; Richeri, 1994, p. 98).

En segundo lugar, la utilización combinada y complementaria de las tecnologías del cable y del satélite sirvió para reconvertir y expandir las redes de cable en un momento en el que esa industria estaba sufriendo importantes dificultades (Parsons, 2008, p. 298):

The addition of satellites was transforming the cable business beyond recognition... Cable was no longer just the last resort for bringing television into the most out-of-the-way places in the country; instead, it had evolved into a fee-based TV alternative that offered urban, suburban, and rural viewers many more channels than ever before with much better reception. (Edgerton, 2010, pp. 4-5)

Por último, en tercer lugar, la combinación del modelo de pago y de este nuevo sistema tecnológico fue el elemento definitivo que impulsó el crecimiento y desarrollo de las *superstations* en el país (generando una mayor oferta televisiva) (Mesce, 2015, p. 81).



Es decir, las señales televisivas ya no tenían límites geográficos y podían llegar a todo el país:

The “superstation” is an independent television station whose signal is marketed by satellite so that it may be picked up by cable television earth stations in distant television markets and rebroadcast to cable system subscribers for a monthly service fee via the network of cables running from the receiving earth station to the subscriber’s receiving set. (Liebowitz, 1979, p. 139)

Fuera de Estados Unidos, esta experiencia fue decisiva para el impulso de la televisión de pago en Europa que, aunque siguió la pauta estadounidense, el desarrollo fue diferente puesto que “en Europa, el desarrollo de la televisión fue impulsado y planificado por los Gobiernos a escala nacional... la televisión americana se desarrolló desde la iniciativa privada” (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 140).

## **2.2. Canal Plus Francia: el origen del modelo de negocio de *Canal Plus* España**

### **2.2.1 Situación del sector televisivo en Francia antes de los años 80**

Oficialmente se considera que el primer canal de televisión de pago europeo fue *Canal Plus* Francia, cuyas emisiones se iniciaron en noviembre de 1984. El proyecto galo, concebido al rebufo del modelo estadounidense, fue el pionero de este modelo televisivo en Europa, sentando precedentes para otros países, entre los que se encuentra España.

Durante décadas la televisión en Europa fue, mayoritariamente, un monopolio público intervenido, regulado y controlado por el Gobierno, como se ha explicado. Esta circunstancia, tan extraña desde una perspectiva de libre mercado capitalista, se produjo al considerar a la televisión un servicio público más. Por lo tanto, la televisión debía ser igual para todos, tenía que estar disponible y ser asequible para toda la ciudadanía, y ofrecer contenidos imparciales, diversos y respetuosos con los diferentes grupos sociales.

En términos generales, se puede hablar de tres cuestiones principales que ayudaron a generar esta situación. En primer lugar, se trataba de un pensamiento ya establecido con respecto a la radio, y que fue heredado por la televisión al tratarse del predecesor más cercano en el campo de la comunicación. En segundo lugar, debido a la mayor demanda de espacio de emisión que de frecuencias disponibles (ante esta situación el Estado se presentó como el gestor imparcial más lógico). Y, en tercer lugar, para tratar de garantizar el uso correcto del medio y así evitar que se utilizase de forma similar a la que la radio fue empleada durante la II Guerra Mundial (Brants & De Bens, 2000, pp. 7-9; Noam, 1991, pp. 3-11).

No obstante, tal y como se ha adelantado en el apartado anterior, esta peculiar situación del mercado televisivo europeo no duró indefinidamente. Conforme más lejanos en el tiempo quedaban los acontecimientos de la II Guerra Mundial, más se imponía una forma de pensar en la que las leyes del libre mercado equivalían a una mayor libertad individual, convirtiendo la visión de un Estado paternalista en algo del pasado.

Este cambio en la forma de pensar también llegó al mercado televisivo, desde el que se abogaba por su liberalización. A favor de esta apertura se esgrimían cinco argumentos principales (Dahlgren, 2000, pp. 26-27):

1. El sistema televisivo público se estaba volviendo ineficiente y un mercado competitivo serviría de estímulo para su mejora.
2. La televisión pública se había transformado en una estructura demasiado burocrática que padecía de déficit de creatividad.
3. La televisión pública mantenía una relación demasiado cercana con el Estado, por lo que no era ni tan independiente ni tan imparcial como debía.
4. La televisión comercial sería capaz de proporcionar a la sociedad los contenidos que realmente quería de una manera más efectiva debido a su necesidad de generar beneficios económicos.
5. La televisión comercial favorecería la diversidad ya que se había podido percibir la tendencia a que las cadenas comerciales trataran de atraer a las mayorías dentro de las minorías.

Paulatinamente, más voces dentro del ámbito audiovisual fueron pidiendo cambios en el mercado televisivo europeo: los anunciantes, el sector del cable, la industria tecnológica... Llegó un punto en el que hasta los propios Gobiernos europeos comenzaron a ver la liberalización de la televisión positivamente, puesto que podría suponer una mejora en la economía. Finalmente, en la década de los 70, se inició, de forma tentativa, un lento y largo proceso de desregulación televisiva diferente en cada país del continente (Dahlgren, 2000, p. 29)

En el caso concreto de Francia, la ocupación y Liberación sufridas durante la II Guerra Mundial marcaron al país de maneras que, a posteriori, se reflejaron en la política televisiva del país. Poco después de que la guerra finalizase de manera oficial en 1945, el Gobierno francés creó la *RTF (Radiodiffusion-télévision française)*, un monopolio estatal de servicio público. Mediante este organismo, el Estado gestionó y controló la televisión durante años, transformándola, en ocasiones, en un arma política al servicio del mandatario del momento (Daniels, 1989, p. 191; R. Thomas, 1978, pp. 19-35).

Este sistema de gestión de la televisión y de los espacios de retransmisión fue objeto de constantes críticas. Durante sus años de funcionamiento se realizaron diversas propuestas para modificarla y granjearle una mayor independencia que le permitiera alejarse del control del Gobierno. En última instancia, ninguna de ellas tuvo éxito. No obstante, todos esos intentos lograron que, en junio de 1964, la *RTF* fuese ligeramente modificada dando paso a la *ORTF (Office de radiodiffusion-télévision française)* (Loi n° 64-621 du 27 juin 1964, portant statut de l'Office de radiodiffusion-télévision française, 1964; R. Thomas, 1978, pp. 40-45).

Este nuevo organismo fue una forma rotunda por parte del Gobierno de reafirmar el monopolio estatal que se ejercía sobre el sector (Vedel, 2009, p. 262), aunque, al mismo tiempo, fue uno de los primeros indicios de un futuro cambio. Bajo su funcionamiento se relajó el control del Estado sobre los contenidos emitidos y se crearon dos nuevos canales públicos de televisión (en 1964 y 1973) (Veyrat-Masson, 2012, p. 37), los cuales se vieron como un posible primer paso hacia la libertad de elección por parte del espectador. Pero estos cambios no eran suficientes, la *ORTF* no era independiente (R. Thomas, 1978, pp. 47-98).

En un intento por mejorar la situación y poner solución al problema, la *ORTF* se disolvió en 1974 y todas sus competencias se dividieron en siete nuevas instituciones de

control estatal. Pero, en la práctica, esta medida no logró nada, el control seguía perteneciendo a los mismos: todo seguía igual (Lafon, 2010, pp. 104-105; Noam, 1991, p. 98).

### **2.2.2. Nacimiento de *Canal Plus* Francia**

Hubo que esperar a que se produjese el cambio político de 1981, con la llegada del socialista François Mitterrand al poder, para que verdaderamente existiese la voluntad de reformar el sector. Durante años, los socialistas habían denunciado desde la oposición el uso de la televisión como marioneta del Estado, pero no habían logrado que se produjese ninguna reforma significativa; ese era su momento.

No obstante, a pesar de la importancia que siempre había tenido la política en el sector, el cambio que se quería realizar no solo se debe examinar desde una perspectiva política, sino en conjunto con el resto de circunstancias que estaba atravesando el país en ese momento. En concreto, el deseo de cambio de los socialistas coincidió con otras cuatro cuestiones, provenientes de otros ámbitos, y que sirvieron para reforzar la convicción de los políticos de la necesidad de un cambio.

En primer lugar, estaba la cuestión tecnológica; se estaban produciendo ciertos avances en ese ámbito que convertían en obsoleta tanto la tecnología que se estaba usando en Francia como el propio sistema monopolístico. En segundo lugar, no paraban de crecer las presiones por parte de ciertos sectores y colectivos que se sentían marginados y excluidos de los contenidos que ofrecían las cadenas estatales existentes. En tercer lugar, estaban las cuestiones económicas, colectivos como los anunciantes, los fabricantes de hardware televisivo y los creadores de contenidos, pedían cambios para poder trabajar en un mercado más competitivo que les permitiese obtener mayores beneficios (lo que también ayudaría a la economía francesa en su conjunto). Por último, existía un creciente descontento por parte de la ciudadanía respecto a la oferta de contenidos televisivos disponibles en ese momento (Dyson & Humphreys, 1989, pp. 140-143; Kuhn, 1995, p. 148).

La apertura del sector televisivo podía ser la solución a todas estas cuestiones, una mayor oferta por parte de diferentes cadenas con distintos objetivos podía llegar a ofrecer contenido más variado. Sin embargo, realizar los cambios demasiado rápido acarrearía

una serie de riesgos para el país que el Estado no estaba completamente dispuesto a asumir.

Para empezar, existía la posibilidad de que un canal de televisión privado pusiese en riesgo la cultura del país si no contaba con una oferta suficiente de contenidos franceses que rivalizara con la gran cantidad de contenidos extranjeros que ya existía. También había un riesgo de que se produjese una situación similar a la sucedida con la liberalización del sector italiano. Es decir, al producirse el cambio de forma apresurada y descontrolada, el propio sector se desestabilizó, haciendo que la calidad de los contenidos disminuyera, que los contenidos extranjeros entrasen en el país de forma descontrolada y que una sola persona se hiciera con el control de todo el sector. En relación con esto último, también existía el riesgo de que los opositores al Gobierno se hicieran con el control de gran parte de los medios (Kuhn, 1995, p. 149).

Encontrar el equilibrio en este proceso no fue tarea fácil: se quería liberalizar el sector, pero había que hacerlo con cuidado para poder controlar los posibles daños. La solución del ejecutivo fue un tanto paradójica: una desregulación que el propio Estado pudiese controlar y regular (Kuhn, 1995, p. 150).

La primera decisión que tomó el nuevo Gobierno en pro del cambio fue la creación, en 1981, de un comité de expertos que analizaran detenidamente la situación del sector. Como resultado, el comité produjo un informe el 30 de septiembre de 1981 con sus conclusiones (Moinot, 1981). Este informe fue utilizado como base para la creación, en 1982, de la Ley de la Comunicación Audiovisual, la quinta mayor reforma televisiva realizada hasta la fecha (Loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle. Journal Officiel de la République Française., 1982; Noam, 1991, pp. 99-100).

Una de las cuestiones más importantes de esta nueva ley aparece en su primer artículo, donde se establece el derecho de los ciudadanos a una televisión libre y plural, es decir, el mercado quedaba abierto a la entrada de nuevas cadenas privadas. No obstante, esa entrada estaba regulada por el Estado, puesto que mantenía el control sobre la asignación de las frecuencias de transmisión. Estas y otras cuestiones eran reguladas a través de la *Alta Autoridad de la Comunicación Audiovisual* (*Haute Autorité de la communication audiovisuelle*), un organismo, supuestamente independiente, creado en 1982 (Kuhn, 1995, pp. 153-157).

El siguiente paso en el proceso de liberalización fue la creación de la primera cadena privada del país. Aproximadamente un año y medio después, en diciembre de 1983, se asignó la primera concesión de explotación televisiva a la *Sociedad de explotación de la cuarta cadena (Société d'exploitation de la quatrième chaîne)* (Décret du 14 mars 1986, 1986; Perry, 1997, pp. 114-115; Vie-publique.fr, 2010). Casi un año más tarde, el 4 de noviembre de 1984, comenzó a emitir *Canal Plus*, la primera televisión privada de Francia.

En ese primer momento, el accionariado de la cadena estaba compuesto por: *Grupo Havas* (40%), la *Compañía General de las Aguas* (15%), una agrupación de entidades bancarias bajo el nombre de *Sociedad General* (20%), *L'Oréal* (10%), *Compañía del Mediodía* (5%), *Mutua de Garantía de Funcionarios* (5%) y *Prensa Diaria Digital* (5%) (Alonso González, 1998, p. 33).

No obstante, pese a tratarse de una gestión privada, dos tercios de este accionariado (*Grupo Havas* y las entidades bancarias) era de control mayoritario estatal. Además, el presidente del *Grupo Havas* y primer presidente de *Canal Plus*, André Rousselet, había mantenido, y mantenía, una estrecha relación con el Gobierno (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 170; Queirolo, 1984). Esta marcada injerencia política provocó que, en ocasiones, *Canal Plus* fuese calificada de entidad “semipública” (Alonso González, 1998, p. 33; Queirolo, 1983). De esta manera, el Gobierno podía formar parte del proceso de creación de la cadena y controlar, al mismo tiempo, las posibles consecuencias que tanto temía.

Desde el primer momento, el Estado estuvo presente en la toma de ciertas decisiones importantes. Por ejemplo, cómo tenía que ser el modelo de negocio del nuevo canal para que no supusiese un riesgo para las cadenas públicas, al mismo tiempo que se convertía en un activo para la economía del país. Por un lado, no podía ser un canal que se apoyase en los impuestos para financiarse, pero tampoco podía depender, al menos de forma significativa, del dinero proveniente de la publicidad, porque entonces se convertiría en un competidor para las cadenas públicas y les podía llegar a perjudicar, por lo que quedaban descartados los modelos de negocio de la televisión pública y comercial.

La solución que idearon fue optar por el pago directo del propio espectador para poder ver los contenidos de la cadena, haciendo, así, que *Canal Plus* fuese, como ya se ha señalado, la primera cadena europea en implementar el modelo de negocio de la televisión

de pago (*El País*, 1984a; Rollet, 1997, p. 35). De esta forma, el nuevo canal no pondría en riesgo la financiación ni el funcionamiento de la televisión pública. Además, esta decisión conllevaba otro beneficio económico añadido; para poder ver *Canal Plus* solo los abonados, se necesitaría cierto despliegue tecnológico (como los decodificadores) que podía ser realizado por la industria francesa.

Todo esto implicaba que, para sobrevivir, la cadena debía ser capaz de atraer a una audiencia ahora convertida en clientela, a la que debía poder conservar. Y la única forma de lograrlo era creando su propio nicho en el mercado televisivo francés mediante la creación de un producto único y atractivo; algo que se sintiera como exclusivo. Para ello, *Canal Plus* diseñó su estrategia de mercado de forma que los deportes y el cine fueron las estrellas (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 171; Richeri, 1994, pp. 118-122).

La oferta deportiva contaba con dos elementos que la hacían única en el país. Por un lado, la retransmisión en directo de grandes eventos como los partidos de la Liga de fútbol francesa. Y, por otro, la emisión de deportes minoritarios como golf o billar. Pese a no ser los más populares, atraían a un público muy comprometido y, lo más importante, dispuesto a pagar por verlos (Bourg & Nys, 1994, p. 82; Hammervold & Solberg, 2006, p. 147).

Por su parte, la oferta de cine también contaba con dos elementos que la hacían destacar y que era difícil de superar por el resto de cadenas. Para empezar, emitía una película nueva casi todos los días del año, que llegaba antes a *Canal Plus* que al resto de canales gracias a acuerdos alcanzados con la industria cinematográfica francesa y, también, con algunas *majors* americanas. Mientras que el tiempo medio de espera para poder emitir una película por televisión en Francia rondaba en ese momento los tres años, *Canal Plus* consiguió reducirlo a un máximo de uno; lo que le aseguraba la exclusividad de la primera emisión fuera de las salas de cine (Richeri, 1994, p. 119).

Pero este cambio en los tiempos de espera no podía ser completamente eficaz mientras los espectadores siguieran corriendo el riesgo de perderse esas emisiones por incompatibilidad de horarios (lo cual hacía replantearse si merecía la pena abonarse al canal). Ante esta circunstancia, la cadena ideó una solución que se convertiría en la segunda característica de su oferta cinematográfica: la multidifusión. Cada película que estrenasen se iba a emitir otra vez, hasta en 6 ocasiones en los 15 días posteriores al

estreno en diversos horarios, para que el cliente pudiese escoger el que más le convenía (Alonso González, 1998, p. 60).

Cabe resaltar el hecho de que, pese al énfasis de la cadena en el cine y los deportes, *Canal Plus* también emitía otro tipo de contenidos, puesto que no era un canal temático. Sus emisiones contaban con series de ficción, programas de variedades e informativos, entre otras cosas. De entre todos ellos, llamó especialmente la atención el cine pornográfico, infrecuente en ese momento en televisión, y convertido en estandarte de la libertad programática de la cadena (Richeri, 1994, pp. 118-122). Y consiguió dar a estas estrategias un valor añadido puesto que ofrecía sus emisiones codificadas sin ningún tipo de interrupción. El pago de la cuota por parte del abonado garantizaba al espectador que la película, evento deportivo, o cualquier otro contenido, no iba a contar con pausa publicitaria alguna.

Sin embargo, *Canal Plus* no estuvo exenta de cumplir una serie de condiciones reflejadas en su acuerdo de concesión con el Gobierno (Décret du 14 mars 1986). En la actualidad, el tratado sigue vigente, aunque, lógicamente, ha sufrido modificaciones con el paso del tiempo. Del acuerdo original caben destacar tres cuestiones que ayudaron, en cierta manera, a crear la situación particular en la que se desarrolló *Canal Plus*.

Para empezar, la cadena no estaba obligada a ofrecer espacios informativos, es más, en un principio este tipo de contenidos no estuvieron presentes por ser demasiado costosos. Posteriormente, se cambió de idea y los espacios informativos entraron en la parrilla de la cadena, aunque de forma diferente (Alonso González, 1998, p. 64).

Mientras que la mayoría de cadenas contaban con espacios marcados de informativos varias veces al día, *Canal Plus* optó por la emisión de pequeñas “píldoras” informativas de corta duración distribuidas a lo largo del día. A esto se añadió la emisión de un informativo americano diario de 30 minutos de duración (*CBS Evening News*). Y, además, la emisión de un magacín informativo semanal en el que se emitían reportajes de actualidad (Alonso González, 1998, p. 65).

En segundo lugar, la cadena adquirió el compromiso de realizar parte de sus emisiones diarias en abierto, para que las pudiera ver toda la audiencia sin necesidad de usar decodificador ni pagar por ello. Concretamente, la cadena debía emitir diariamente un mínimo de un programa de 45 minutos de duración en abierto, pudiendo llegar a realizar hasta 6 horas diarias de emisiones en abierto (Décret du 14 mars 1986).



Estos espacios fueron utilizados para retransmitir ese otro contenido que la cadena no consideraba tan específicos de su programación, como concursos o programas de humor, pero que servía igualmente para alcanzar su objetivo de ayudar a construir una cierta imagen de marca.

Por último, *Canal Plus* tuvo que acceder a una serie de condiciones para poder conseguir las exclusivas condiciones que obtuvo en relación con la emisión de películas. Entre otras cuestiones, la cadena se comprometió a (Kuhn, 1995, p. 159):

- No retransmitir más de 320 estrenos cinematográficos al año.
- No emitir películas en determinadas franjas horarias durante la semana.
- No anunciar la programación de obras cinematográficas con más de dos meses de antelación respecto a su emisión en la cadena.
- Debía promocionar, dos veces por semana y en horario de máxima audiencia, nuevos estrenos cinematográficos exclusivos de salas de cine.
- Cada película estrenada no se podía emitir más de 6 veces en un periodo de 15 días.
- El 60% de las películas emitidas anualmente debían ser europeas y, de esas, el 40% debían de ser francesas.

Con el paso del tiempo, todas estas normas se fueron modificando en posteriores reformas y negociaciones sobre los acuerdos pactados originalmente. Pero, en conjunto, todas ellas estaban pensadas para salvaguardar la industria cinematográfica francesa.

### **2.2.3. Expansión de *Canal Plus* Francia**

A pesar de todo esto, y de tener un prometedor arranque con entre 170.000 y 200.000 abonados (*El País*, 1984b; Quiñonero, 1984), *Canal Plus* se vio rápidamente envuelta en diversos problemas (Alonso González, 1998, pp. 40-45). Posiblemente el más acuciante era el proveniente de la propia audiencia. Esta no podía evitar recelar del canal debido a su novedad y, además, no entendía la necesidad de pagar por un servicio que, hasta la fecha, siempre había sido percibido como gratuito (Kuhn, 1995, pp. 158-159; Tunstall & Palmer, 1991, p. 159).

Por ello, durante sus primeros meses de actividad, el número de suscripciones realizadas no alcanzaron el mínimo previsto para asegurar su buen funcionamiento. La empresa se encontró en una situación precaria, en la que su continuidad a corto y largo plazo no estaba garantizada.

Ante esta coyuntura, *Canal Plus* se apresuró a renegociar con el Gobierno algunas de las condiciones de su concesión. Poco después, en marzo de 1985, se permitió a la cadena emitir anuncios, lo que le aseguraba una nueva fuente de ingresos, aunque esta fuera característica del modelo de negocio de la televisión comercial. Los anuncios solo podían ser emitidos durante las horas en abierto, lo cual dotó a la suscripción de un carácter más exclusivo pues garantizaba ver la televisión sin ninguna interrupción (Kuhn, 1995, p. 159).

Así la cadena comenzó a recuperarse rápidamente. En algo menos de un año, a principios de 1986, alcanzó los 700.000 suscriptores y, con ello, el punto de equilibrio (Kuhn, 1995, p. 160). Desde ese momento su crecimiento no se vio interrumpido.

Primero llegó el hito del millón de abonados en mayo de 1986. Al año siguiente, en octubre de 1987, vio la luz la revista de *Canal Plus*, un elemento importante para mantener la comunicación con los suscriptores y para reforzar su sentimiento de pertenencia a un “club exclusivo”. Un mes después, en noviembre, la sociedad tras la cadena entró en la *Bolsa de París*, demostrando su fortaleza y viabilidad económica (Alonso González, 1998, p. 20).

Al mismo tiempo, la empresa se fue expandiendo dentro del mercado francés mediante la creación, en solitario o mediante colaboraciones, de diversas empresas que propiciaron su diversificación vertical. Desde 1986 hasta 1990 se constituyeron *Canal+ Production*, *Ellipse Programme* y *Canal+ Video*; con las cuales se garantizaba la creación, gestión y distribución de diversos contenidos audiovisuales (Richeri, 1994, p. 128).

Dada la buena salud que *Canal Plus* estaba demostrando en Francia, no tardó en materializarse la idea de crecer mediante la expansión internacional a otros mercados europeos (lo que incluía exportar su marca y modelo de negocio). Por medio de alianzas con grupos de comunicación importantes del continente, *Canal Plus* consiguió, en los años posteriores, estar presente en tres países distintos (*El País*, 1992): en Bélgica (en 1989), en Alemania (1991) y el caso que aquí se analiza, España, en 1990.

## **2.3. *Canal Plus* España: nacimiento y evolución de su modelo de negocio**

### **2.3.1. *La situación televisiva en España antes de la desregulación televisiva: los primeros pasos hacia la ruptura del monopolio***

En España, al igual que en Francia, se impuso durante décadas un monopolio estatal televisivo que estuvo formado por un máximo de dos canales a nivel nacional. Sin embargo, tras el fin de la dictadura franquista en 1975, todo este sistema empezó a cuestionarse.

La llegada de la democracia al país supuso el inicio del debate de la liberalización televisiva, que empezó a tomar impulso tanto en la esfera política como en la social. El mercado quería actualizarse, diferentes colectivos buscaban reivindicar su propia identidad, y la audiencia tenía ciertas necesidades que estaban siendo ignoradas por la televisión pública, como se verá.

Al año de finalizar la dictadura comenzaron a generarse las primeras peticiones para la creación de canales televisivos privados por parte de diversos grupos empresariales. De entre todas ellas cabe destacar la realizada por *Antena 3*, la cual llegó a solicitar el amparo del Tribunal Constitucional en 1981 ante una primera negativa de su propuesta por parte del Gobierno (Barrera, 1995, pp. 225-226; Bustamante, 2013, pp. 75-76).

Para ello, *Antena 3* se basaba en la propia Constitución, en la cual se recogía, en su Artículo 20, el derecho a “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción” y a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión” (Constitución Española, 1978).

Finalmente, en 1982, el Tribunal no le dio ni le quitó la razón a *Antena 3*, simplemente declaró que la televisión privada no era inconstitucional pero que dependía de los poderes políticos el que se convirtiera en realidad (STC 12/1982 de 31 de marzo). Esto dejó a *Antena 3* y al resto de interesados a la espera de que el Gobierno crease una ley que les permitiese constituirse de forma lícita (*La Vanguardia*, 1982).

Sin embargo, el Gobierno no se mostraba excesivamente predispuesto a realizar los cambios necesarios para mejorar la situación. Por un lado, era incapaz de llegar a un

acuerdo con los diversos partidos políticos para crear una ley que desregularizase el mercado. Y, por otro, se mostraba reticente a desprenderse del control político y económico de la televisión (Álvarez Monzoncillo, 1997, p. 187).

Ante esta situación, y tal como había ocurrido previamente en Francia, fue la propia sociedad, junto con parte del mercado, la que trató de forzar un cambio mediante la puesta en marcha de diferentes proyectos. Para ello, se aprovechó la falta de legislación en ciertos aspectos audiovisuales y televisivos, y se buscaron leyes con las que poder justificar y respaldar las acciones que se iban a llevar a cabo.

El primero de estos proyectos fue la conocida como televisión local, concepto que surgió en 1980 en la localidad catalana de Cardedeu. La idea, inspirada en las ya existentes radios libres, se centraba en ofrecer contenidos de interés local, raramente disponibles en los canales nacionales, que, además, permitieran conservar las costumbres y las tradiciones de la zona (Álvarez Monzoncillo & Iwens, 1992, pp. 58-61). Frecuentemente, estos canales eran el resultado de la colaboración entre la ciudadanía y autoridades locales.

Con el paso del tiempo, el número de televisiones locales creció exponencialmente y, durante años, funcionaron al margen de la ley, corriendo el riesgo de ser clausuradas por la Administración. Hubo que esperar hasta diciembre de 1995 para que el Gobierno aprobase una primera ley regulatoria de la televisión local (LTLOT 41/1995, de 2 de diciembre). Aún hoy en día este tipo de canales siguen en funcionamiento, aunque han experimentado cierta evolución (García Castillejo, 2015).

Un año después de la aparición de las televisiones locales, en 1981, surgió, de nuevo en Cataluña, un segundo proyecto destinado a ampliar la oferta audiovisual, el vídeo comunitario (Alonso González, 1999, p. 185). La idea, inspirada en la tecnología del vídeo doméstico, consistía en el uso colectivo de un magnetófono por parte de una comunidad de vecinos conectada al aparato a través de un cable coaxial. Dicho magnetófono era gestionado por una empresa encargada de alquilar películas en el videoclub para que los usuarios del servicio pudieran verlas a cambio del pago de una cuota.

El éxito que este proyecto tuvo en sus orígenes se debió a la confluencia de tres factores. Primero, el alto coste que suponía comprar un magnetoscopio y alquilar películas en aquel momento. Segundo, la creciente demanda que había de ficción por

parte de los espectadores, y que no era capaz de ser satisfecha por las cadenas públicas. Y, en tercer lugar, la crisis económica que sufría el país en aquellos años y que transformaba el vídeo comunitario en una opción de ocio relativamente asequible.

Esta distribución de películas se creó gracias a la falta de legislación que existía en el país respecto a dicha actividad. No obstante, en 1987, se aprobó la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT 31/1987 de 18 de diciembre) y la Ley de Propiedad Intelectual (LPI 22/1987 de 11 de noviembre), que pusieron fin a la situación de alegalidad del vídeo comunitario.

Este suceso, junto con la paulatina bajada de precios de los magnetoscopios y del alquiler en videoclubs, inició un proceso de decadencia de este servicio. La forma de operar diseñada en sus orígenes ya no era válida por la aparición de nuevas regulaciones. Por lo tanto, las empresas de gestión de vídeo comunitario debían reinventarse para adaptarse o desaparecer, como fue el caso de muchas de ellas (Álvarez Monzoncillo, 1997, pp. 193-194; Álvarez Monzoncillo & Iwens, 1992, pp. 52-58; Fondevila, 1984; D. E. Jones, 1990).

Tras la aparición de los vídeos comunitarios, se inició el proceso para la creación de un proyecto televisivo de marcado carácter político, las televisiones autonómicas. En 1982, algunas Comunidades Autónomas como el País Vasco, impacientes por un mayor autogobierno, iniciaron proyectos para la creación de sus propias televisiones (Alonso González, 1999, pp. 52-58).

Estos proyectos no habían sido aprobados por el Gobierno, pero no podían considerarse ilegales, puesto que les amparaba el artículo 2 del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 (Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, 1980), que establecía el derecho de las autonomías a gestionar un canal televisivo propio. No obstante, y ante todas las posibles implicaciones que podría suponer un completo descontrol de esta situación, el Gobierno se apresuró a aprobar, en enero de 1984, la Ley Reguladora del Tercer Canal de Televisión (Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión, 1984). De esta forma, se legalizó y regularizó la creación de un tercer canal de televisión público en cada una de las diferentes Comunidades de España.

Estas decisiones no implicaron la ruptura del monopolio televisivo en sí, porque el control último de los canales seguía perteneciendo al Estado. La aparición de los canales

autonómicos fue un hecho de gran importancia puesto que, entre otras cosas, representó la primera competencia a las cadenas estatales que se creaba de forma legal y con el beneplácito del Gobierno. Sin embargo, en última instancia, todo esto solo fue la manera del Estado de aplacar y contentar a ciertos sectores políticos, puesto que no suponía un primer paso hacia la desregulación definitiva (Barrera, 1995, p. 219).

En enero de 1988 surgió el último de los proyectos creados en pro de una oferta televisiva alternativa a la estatal, *Canal 10*. Considerado por muchos como el primer canal televisivo privado español, la cadena ofrecía una serie de contenidos exclusivos a cambio del pago de una cuota mensual (ABC, 1988; Mateos-Pérez, 2007).

En este caso concreto, la cadena no podía ampararse en ninguna situación de alegalidad que le permitiese funcionar. Por ello, para evitar infringir la ley, *Canal 10* diseñó su propio sistema operativo: todas sus retransmisiones se realizaron desde Londres, fuera de territorio español, y todas ellas llegaron a España a través del satélite Intelsat (Beaumont, 1988b). Como era de esperar, este montaje enfadó a muchos políticos y, también, empresarios que llevaban tiempo esperando la desregulación televisiva

La idea era ingeniosa y contaba con un accionariado potente: el principal impulsor del proyecto, Enrique Talarewitz (41%), la *Caja Andorrana de la Seguridad Social* (15%), la *Caja de Ahorros de Vitoria* (12%), *Canal Plus Francia* (10%), Jacques Hacuel (5%), *Noara* (10%) y *RTL* (7%) (Alonso González, 1999, pp. 179-180; Álvarez Monzoncillo, 1997, pp. 190-193). Pese a todo esto, *Canal 10* tuvo que hacer frente a numerosos problemas una vez que empezó a funcionar.

Por un lado, la cuota mensual del canal era demasiado elevada para la situación en la que se encontraba España. A esto había que sumar el hecho de que la instalación de las antenas era costosa y éstas resultaron, además, defectuosas por falta de desarrollo tecnológico, lo que impedía recibir las retransmisiones adecuadamente. Todo ello, junto con unas primeras previsiones económicas poco realistas, hizo que el número de abonados al servicio fuera muy escaso.

Por otra parte, existieron problemas internos entre los accionistas casi desde el principio, lo cual se debía en gran parte al hecho de que el control de casi toda la compañía recaía sobre Enrique Talarewitz, quien decidía de forma prácticamente unilateral. Además, Talarewitz montó *Canal 10* de tal forma que, los principales proveedores de

servicios de la cadena eran empresas de su propiedad, lo que terminaba beneficiándole económicamente (Beaumont, 1988b).

Todas estas cuestiones, junto con otros problemas, se combinaron para que, en agosto de 1988, la cadena tuviera que suspender sus emisiones por impagos a los estudios londinenses desde los que retransmitía. *Canal 10* se declaró, finalmente, en bancarrota y fue llevado ante los tribunales debido a los impagos y a las rencillas entre los accionarios (Beaumont, 1988a, 1988b).

### **2.3.2. *El fin definitivo del monopolio: la desregulación televisiva llega a España***

Al igual que en Francia, el cambio del sector televisivo español llegó de la mano de un gobierno socialista, en el caso de España, presidido por Felipe González. Sin embargo, a diferencia de lo sucedido en el país galo, en España los socialistas se mantuvieron en el poder durante años realizando promesas sobre las futuras modificaciones en la legislación televisiva, pero sin llevarlas a cabo.

Hubo que esperar hasta el tercer mandato consecutivo de Felipe González, a finales de los años 80, para que realmente se emprendiese el camino hacia la desregulación. En este proceso, el primer paso fue la aprobación en el Congreso, en abril de 1987, del texto inicial para la regulación de la televisión privada.

Esta primera propuesta fue recibida con críticas, en especial por parte de los empresarios interesados en el mercado televisivo (*La Vanguardia*, 1987a). Estos consideraban que el texto contenía ciertas restricciones que casi rozaban el intervencionismo estatal (Barrera, 1995, p. 229). Según el Gobierno, con estas limitaciones solo se buscaba “ensanchar las posibilidades de pluralismo informativo” (Brunet, 1987).

Por ejemplo, una de las cuestiones más polémicas estaba en el apartado 2 del artículo 19. Ahí se establecía que nadie podía poseer más del 15% de una de las futuras cadenas de televisión si, al mismo tiempo, poseía más del 15% de otra empresa de comunicación como un periódico, una agencia de noticias o una emisora de radio (*La Vanguardia*, 1987b). De esta manera, se buscaba impedir que los grandes empresarios de los medios ya establecidos pudiesen expandir su negocio.

Casi sin realizar modificaciones a esta propuesta inicial, el 14 de abril de 1989, el Congreso aprobó consolidar el texto en la Ley de Televisión Privada (*El País*, 1988a), que fue publicada oficialmente en el BOE el 3 de mayo de ese mismo año (Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, 1988). En ella se establecía que la televisión era un servicio público esencial de titularidad estatal que podía ser gestionado por un sujeto privado a través de una concesión administrativa.

Dicha concesión podía ser asignada si se cumplía con los requisitos establecidos en la nueva Ley (Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, 1988), creados a semejanza de los presentes en otras legislaciones europeas, como la francesa. De entre todas esas estipulaciones, caben destacar las siguientes cuestiones:

- Las empresas aspirantes a conseguir una concesión debían estar constituidas bajo la forma jurídica de una sociedad anónima con domiciliación española y contar con un capital mínimo inicial de 1.000 millones de pesetas.
- Un solo sujeto no podía poseer más del 25% del capital total de la sociedad concesionaria.
- Los inversores extranjeros no podían tener más del 25% del total de las acciones de la sociedad concesionaria.
- Se debía retransmitir un mínimo de 4 horas diarias, no contando para este cómputo la emisión de programas repetidos, espacios consistentes únicamente en imágenes fijas, ni publicidad.
- El 15% de la programación emitida debía ser producida por el titular de la concesión.
- El 40% de la programación emitida debía estar producida en alguno de los países integrantes de las Comunidades Europeas.
- El 55% de los contenidos emitidos tenían que haber sido creados originariamente en lengua española.
- El 40% de las películas comerciales emitidas mensualmente tenían que ser producidas por países integrantes de las Comunidades Europeas, de esas, el 50% tenían que ser en español.
- Se debía esperar dos años desde el estreno en cines españoles (o de su producción) para que una película se pueda emitir por televisión, excepto que fuese realizada con la intención de emitirse exclusivamente por televisión o el titular de la



concesión hubiese colaborado en la producción de la misma en, al menos, un 30% del coste.

- Las horas anuales de publicidad emitidas no podían superar el 10% del total de contenidos retransmitidos.
- Por cada hora de programación emitida no podía haber más de 10 minutos de publicidad.

La aprobación de la Ley produjo reacciones inmediatas por parte de quienes, desde un principio, se mostraron críticos con el proyecto de ley inicial y que, en ese momento, comprobaron que sus quejas no habían sido escuchadas. Entre ellos se encontraba Jesús de Polanco, presidente de uno de los grandes grupos de comunicación del país en esa época, el *Grupo Prisa*, que no tardó en expresar su malestar por medio de un editorial publicado en *El País*, uno de los periódicos del grupo.

En dicho editorial, se criticaba con dureza la falta de libertad real que esta ley suponía para el mercado televisivo español, las restricciones que en ella se imponían a los empresarios que quisieran introducirse en él, y las incógnitas en la regulación de ciertos elementos que aún seguían sin solventarse. También se acusaba al Gobierno de haber orquestado una estratagema para aparentar que se estaba liberalizando el sector, a la par que el Gobierno mantenía el dominio y control televisivo por medio del fortalecimiento la televisión pública (*El País*, 1988b).

A consecuencia de todo eso, y del descontento creado con esta nueva ley, Jesús de Polanco anunció, unos meses más tarde ante la junta de accionistas, la nula intención del *Grupo Prisa* de participar en el futuro concurso público para la obtención de una de las licencias televisivas (Cabrera, 2015, p. 251).

Simultáneamente, *Canal 10* llegaba a su fin, lo que implicaba que *Canal Plus* Francia veía cómo su oportunidad de entrar en el mercado televisivo español quedaba truncada. No obstante, el grupo galo estaba decidido a expandirse a España (Beaumont, 1988c), y la aprobación de esta nueva ley suponía la oportunidad perfecta para ello si conseguía los socios adecuados (De Lorenzo, 1989).

Afortunadamente para *Canal Plus* Francia, la apertura de la convocatoria de concurso público para la asignación de las tres concesiones se retrasó hasta enero de 1989 (RSGC de 25 de enero de 1989), lo que le granjeaba más tiempo para forjar nuevas alianzas.

Finalmente, el grupo francés encontró en el *Grupo Prisa* a su socio clave (*La Vanguardia*, 1989), el cual, pese a haber anunciado su retirada de la carrera televisiva, cambió de parecer al tener la posibilidad de contar con un socio experimentado dentro del sector y un proyecto que, a su parecer, “era moderno, europeo, viable y de calidad” (*El País*, 1989a).

Un mes después, ambos presentaron formalmente su proyecto televisivo, *Canal Plus* España (Calleja, 1989), desvelando al completo su composición accionarial: *Grupo Prisa* (20%), *Canal Plus* Francia (25%), *Banco Bilbao-Vizcaya* (15%), el *Grupo March* (15%), *Grucycsa* (5%), *Caja Madrid* (5%), *Bankinter* (5%) y grupo de inversores privados *Eventos* (5%) (Beaumont, 1989b; Brunet, 1989).

Cuando finalmente se cerró la convocatoria, se contó con seis licitadores diferentes: *Sociedad De Televisión Canal Plus S.A.*, *Antena 3 de Televisión S.A.*, *Gestevisión S.A.*, *C. Televisión S. A.*, *Univisión Canal 1 S. A.* e *Información y Televisión S.A.*

A excepción de *Información y Televisión S.A.*, todos los candidatos cumplían con los requisitos mínimos exigidos. Tras meses evaluando todas las propuestas se anunció, a fecha del 25 de agosto de 1989, que las licencias habían sido concedidas a *Antena 3 de Televisión S.A.*, *Gestevisión S.A.* y *Sociedad De Televisión Canal Plus S.A.* (RSGC de 28 de agosto de 1989). Desde ese momento, las tres pasaron a conocerse públicamente por el nombre de los canales que iban a crear: *Antena 3*, *Telecinco* y *Canal Plus*, respectivamente.

Sin embargo, este resultado no fue aceptado por todo el mundo. Una de las más notables reacciones fue la de Antonio Asensio, presidente del *Grupo Zeta* y principal impulsor del proyecto *Univisión Canal 1*. Según Asensio, las licitaciones se habían asignado de manera arbitraria en base a intereses políticos (*El País*, 1989d). Por ello, el grupo *Univisión* recurrió el resultado de las concesiones argumentando el incumplimiento de requisitos por parte de dos de los ganadores. Según Asensio, “*Canal Plus* no era un servicio gratuito y en *Tele 5* participaba una sociedad -la *ONCE*- que presupuestariamente dependía del Gobierno” (Barrera, 1995, p. 233), lo que debía excluirlas del proceso de selección. Finalmente, su recurso no prosperó.

### **2.3.3. El proyecto de *Canal Plus* España**

*Canal Plus* España constituía un elemento más dentro de la estrategia de expansión europea de *Canal Plus* Francia. Por ello, y puesto que la empresa gala fue clave a la hora de conformar tanto el proyecto en España como su accionariado, es fácil encontrar obvias similitudes entre ambos canales. Gran parte de los elementos distintivos de *Canal Plus* se conservaron casi intactos, mientras que otros tuvieron que adaptarse al contexto español y a sus regulaciones, las cuales tendían a ser mayores que en otras industrias, tal y como se ha explicado anteriormente.

El primero de esos elementos fue el modelo de negocio de televisión de pago. Siguiendo los pasos de *Canal Plus* Francia, *Canal Plus* España presentó un proyecto financiado, principalmente, a través del pago de cuotas por parte de los abonados al canal (inicialmente 3.000 pesetas al mes). De esta forma, la publicidad quedaba relegada a un segundo plano, porque no era esencial para la financiación del canal, evitando entrar en conflicto con el resto de las cadenas por esta cuestión.

Sin embargo, tanto en la Ley de Televisión Privada como en las bases del concurso público, se estipulaba que las cadenas debían emitir un mínimo de 4 horas diarias accesibles para toda la ciudadanía, lo que impedía que todo el contenido de *Canal Plus* fuera exclusivamente de pago. Por ello, la cadena presentó un modelo mixto de programación en el que se combinaban 5 horas diarias de emisiones en abierto (accesibles para toda la ciudadanía) con el resto en codificado (solo para abonados).

Este planteamiento de programación mixta, implantado previamente con éxito en Francia, le granjeó a *Canal Plus* y al Gobierno numerosas críticas desde el ámbito político (López Alba & Echevarría, 1989) y empresarial (*El País*, 1989d). Partiendo de la premisa de que la televisión era un servicio público, no se entendía que el Gobierno permitiese un proyecto televisivo basado en el previo pago por parte de la audiencia. Ante estas críticas, *Canal Plus* se defendía explicando que, de esta forma, no entraría en competencia abierta por cuestiones de financiación con los otros canales, que implementaban modelos de televisión pública y/o comercial, y podría ofrecer un servicio complementario que favorecería a la ciudadanía (Calleja, 1989; *El País*, 1989c).

Continuando en esta misma línea de complementar al resto de cadenas, *Canal Plus* España incluyó, en su plan de acción, un segundo elemento característico de *Canal Plus*

Francia: la multidifusión. La idea tras este concepto era la misma que se implementó en Francia unos años antes: evitar que el espectador tuviera que elegir entre ver varios programas que se emitían al mismo tiempo en diferentes cadenas.

Mediante la multidifusión, transformada en un privilegio exclusivo de los abonados a la cadena, el espectador disponía de varias oportunidades a lo largo de la temporada televisiva para ver ese contenido que quería pero que, la primera vez que se emitió, no pudo visionar. Este recurso se completaba con la revista de *Canal Plus*, la cual ofrecía información detallada de toda la programación del mes para que se redujeran al mínimo las posibilidades de que el abonado se perdiera la emisión de los contenidos que más le interesaban.

El tercer elemento distintivo que se preservó fue su imagen de marca, que no varió demasiado con respecto a la diseñada previamente en Francia. *Canal Plus* seguía presentándose como algo más que otro canal de televisión, era un club exclusivo al que se podía acceder mediante el pago de una cuota. La pertenencia a este club daba derecho al, anteriormente explicado, servicio de multidifusión, a la revista de la cadena y a una serie de contenidos que ningún otro canal ofrecía. Todo ello complementado con la puesta en escena de una imagen joven e innovadora, con trazas experimentales que daba cabida a contenidos arriesgados (Alonso González, 1999, p. 252).

Son precisamente los contenidos el cuarto y último elemento característico de *Canal Plus*, que se trató de preservar en la creación del nuevo canal. Aparentemente, la oferta programática de *Canal Plus* España no distaba demasiado de la francesa: la ficción y el deporte se mantuvieron como los elementos estrellas de la cadena, se emitían contenidos destinados a nichos muy concretos de la audiencia, la publicidad no interrumpía la retransmisión de contenidos y los espacios informativos también se ofrecían en forma de pequeñas píldoras de información diseminadas a lo largo del día.

Sin embargo, los contenidos programáticos fueron el elemento que más modificaciones sufrió para poder adaptarse a la audiencia y legislación española. Tal y como se ha explicado, la ley que regulaba las televisiones privadas estipulaba una serie de características y porcentajes que los contenidos de las cadenas debían cumplir y que distaban de los establecidos en Francia:

- El 15% de la producción debía ser propia.
- El 40 % de la producción debía provenir de países de las Comunidades Europeas (frente al 60% establecido en Francia).
- El 55% de los contenidos debían ser en expresión originaria española (frente al 50% en lengua francesa establecido en el país galo).
- El 40% de las películas comerciales mensuales debían ser europeas y, de esas, el 50% debían ser españolas.

Además de todos estos requerimientos, *Canal Plus* España tuvo que hacer frente a otro más que supuso una modificación en su forma de abordar los contenidos cinematográficos dentro de su oferta. Según la legislación española, las cadenas debían esperar dos años desde el estreno en cines de una película antes de poder retransmitirla por televisión, como se ha señalado. Esto supuso un cambio importante frente al año de espera que condicionaba la retransmisión de nuevas películas en *Canal Plus* Francia. Ante esta situación, *Canal Plus* España llegó a acuerdos con algunas de las principales *majors* cinematográficas, gracias a los que se aseguró la retransmisión en exclusiva de grandes producciones durante un año (Mateos-Pérez & Cabeza, 2015).

Estos cuatro elementos conformaron la base del proyecto de *Canal Plus* España, unas bases que se verían modificadas, en mayor o menor medida, por futuros ajustes y cambios legislativos. Finalmente, *Canal Plus* España dejó de ser solo un proyecto y se convirtió en realidad el 14 de septiembre de 1990, cuando comenzó a retransmitir de forma regular (*La Vanguardia*, 1990).

#### **2.3.4. Evolución histórica de *Canal Plus* España como empresa**

La creación de *Canal Plus* España supuso un hito, no solo en la historia televisiva española, sino también en la del propio *Grupo Prisa*. El canal fue una importante materialización de los avances que el grupo de comunicación estaba realizando en su afán por desarrollarse y expandirse en el ámbito audiovisual, un proceso que inició en 1984 con la creación de *Sogetel*, empresa destinada a la gestión y producción audiovisual (Alonso González, 1999, pp. 247-249).

Sin embargo, al igual que sucedió en Francia, los inicios de *Canal Plus* en España no fueron sencillos por dos cuestiones principales. En primer lugar, por el número de abonados a la cadena; durante demasiado tiempo el influjo de suscriptores reales distó de forma preocupante de las previsiones realizadas, lo que implicaba dificultades económicas para *Canal Plus*. Afortunadamente para el canal, en 1993 alcanzó, finalmente, su punto de equilibrio al conseguir 665.000 abonados, dando inicio a su etapa de rentabilidad empresarial (Cabrera, 2015, pp. 261-262).

En segundo lugar, por la decisión de emitir cierto tipo de contenidos. *Canal Plus* España escogió mantenerse fiel a su predecesor francés y conservar las películas pornográficas dentro de su oferta programática. Esto provocó que la cadena y su accionariado tuvieran que hacer frente a una serie de ataques y críticas por parte de la prensa, la cual llevaba ya un tiempo mostrando su descontento con las emisiones de programas de cierto corte erótico que estaban realizando otras cadenas (Campmany, 1990; Salo, 1990).

*Canal Plus* fue capaz de superar todas estas cuestiones y, poco a poco, fue creciendo como empresa. Paralelamente, la vertiente audiovisual del *Grupo Prisa* también se desarrolló mediante la creación de empresas que gestionaban la creación, producción y distribución de contenidos como, por ejemplo, *Idea S.A.* (1990) (Cabrera, 2015, p. 263). Este era un paso necesario para “construir un grupo de comunicación con proyección europea” (*El País*, 1991), tal y como aspiraba el *Grupo Prisa*.

Sin embargo, para poder conseguirlo, no era suficiente con crear empresas que permitiesen diversificar la actividad del sector, era necesario mantenerse a la vanguardia de la tecnología. Con ese objetivo en mente, el *Grupo Prisa* desarrolló un proceso de crecimiento en el ámbito televisivo que se inició en 1990 con *Canal Plus* y culminó siete años más tarde.

Tras *Canal Plus*, el *Grupo Prisa* se fue alejando de las retransmisiones analógicas para adentrarse, poco a poco, y no siempre con los resultados esperados, en la tecnología por satélite y por cable. Su primer hito en este proceso fue el lanzamiento, en 1993, de dos canales temáticos retransmitidos por el satélite Astra, *Cinemanía* (centrado en películas) y *Documanía* (dedicado a la emisión de documentales) (*El País*, 1993a).

Un año más tarde, en 1994, el grupo lanzó dos nuevos canales temáticos por satélite, *Cineclassics* (que ofrecía cine en blanco y negro) y *Minimax* (que contenía programas

infantiles y juveniles). En esta ocasión, el grupo fue un paso más allá y ofertó estos nuevos canales, junto con *Cinemanía*, *Documanía* y *Canal Plus*, a través de un paquete televisivo bajo el nombre de *Canalsatélite* (*El País*, 1994a).

Un año más tarde, el 26 de julio de 1995, el grupo, a través de una de sus empresas, firmó una serie de acuerdos con *Telefónica* para iniciar la explotación conjunta de la red de cable nacional mediante la creación de la sociedad *Cablevisión* (Seoane & Sueiro, 2004, p. 474). No obstante, este proyecto contó con dos grandes problemas.

El primero se originó en el hecho de que, en aquel momento, *Telefónica* era una empresa pública por lo que, el hecho de que firmase un acuerdo para explotar un bien público, el cable, con una empresa privada, no fue aceptado positivamente en el sector (*ABC*, 1995). También fue rechazado por parte de los políticos de la oposición al Gobierno, quienes consideraban que los derechos de explotación del cable debían salir a concurso público y no ser producto de un pacto privado de estas características (Calleja, 1995).

El segundo obstáculo se originó desde la propia Comisión Europea, la cual no permitió que *Cablevisión* continuase operando. Al igual que había sucedido anteriormente en otros países de la Unión Europea como Alemania en 1994 (A. P. Gómez, 2002, p. 94), *Cablevisión* fue percibida por la Comisión como un monopolio injustificado dentro del sector televisivo (Beceiro, 2013, pp. 39-40; *Europa Press*, 1996; *La Vanguardia*, 1996a). De esta forma, el proyecto de televisión por cable del *Grupo Prisa* se disolvió en 1996.

Ese mismo año se realizó un cambio empresarial relevante para el *Grupo Prisa*: se consiguió que la empresa gestora de *Canal Plus*, *Sociedad De Televisión Canal Plus S. A.*, cambiase el nombre por el de *Sogecable*. *Prisa* aprovechó este momento para unificar todas las empresas audiovisuales que había creado en una sola, *Sogecable* (Alonso González, 1999, pp. 249-250; Herrero, 2003, p. 12).

Al año siguiente, tras el fracaso de *Cablevisión* y una mayor unificación en la vertiente audiovisual de la compañía, *Prisa* intentó nuevamente crear una plataforma de televisión digital. En esta ocasión, el proyecto se realizó sin *Telefónica* y empleando la tecnología por satélite, con la cual ya tenía experiencia debido a los cuatro canales temáticos que creó entre 1994 y 1995.

De esta forma, el 31 de enero de 1997, *Sogecable* puso en marcha de forma definitiva la primera plataforma de televisión digital por satélite de España, *Canal Satélite Digital* (Beceiro, 2013, pp. 46-47; El País, 1997a). En ese primer momento, su accionariado estuvo conformado en un 90% por *Sogecable*, un 7,5% por *Aurum* y un 2,5% por *Antena 3 TV* (Beceiro, 2013, pp. 46-47).

Los contenidos de la plataforma se diseñaron partiendo de lo aprendido sobre el mercado con *Canal Plus* y los canales temáticos de *Sogecable*. La primera oferta estaba conformada por 27 canales de audio y 25 canales de televisión: *Canal Plus*, *Sportmanía*, *Documanía*, *Minimax*, *Album TV*, *C+*, *Multimúsica*, *Audiomanía*, *Mosaico*, *Taquilla 0*, *Cinemanía*, *Cinemanía 2*, *Cineclassics*, *Muzzik*, *Multimúsica*, además de varias cadenas temáticas sobre caza, pesca y naturaleza. Todo esto se agrupaba en diversos paquetes diseñados, en algunos casos, según intereses o temas. Por ejemplo, había un paquete denominado “opción cine”, y en el cual se agrupaban *Cinemanía*, *Cinemanía 2* y *Cineclassics* (*La Vanguardia*, 1997a).

Unos meses después de la creación de *Canal Satélite Digital* surgió una segunda plataforma de televisión digital por satélite impulsada por *Telefónica*, *Vía Digital* (*La Vanguardia*, 1997c). Con ella se inició un proceso de competitividad entre ambas plataformas por un mercado, el español, que en ese momento no era capaz de acomodar la existencia de ambas (Beceiro, 2010, pp. 137-141). Pero esto solo fue uno de los tres principales problemas a los que se enfrentó *Sogecable* a causa de *Canal Satélite Digital*.

Una segunda complicación se originó por la tecnología de la propia plataforma. Esta había sido diseñada y puesta en marcha antes de que el Gobierno crease una regulación completa al respecto, una situación similar a la que se produjo antes de la liberación del mercado televisivo a principios de los 90. Existía, desde hacía tiempo, la Directiva 95/47/CE de la Unión Europea (Directiva 95/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión, 1995), en la que se establecían las directrices a seguir por las plataformas televisivas para su funcionamiento, pero aún no había sido implementada en España.

En 1997, al mismo tiempo que empezó a funcionar *Canal Satélite Digital*, el Gobierno se apresuró a legislar esta cuestión por medio del Real Decreto-Ley 1/1997 (Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas



para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997), aprobado el 31 de enero de 1997, seguido de la Ley 17/1997 (Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997). Con estas regulaciones, se aplicaban en España las directrices europeas sobre esta cuestión, donde se estipulaba que las plataformas podían emplear diferentes tecnologías, siempre y cuando estas fueran compatibles.

La entrada en vigor tardía de esta regulación hizo que, especialmente en el caso de *Canal Satélite Digital*, esto no se tuviera en cuenta y, por ello, cada plataforma emplease diferentes tecnologías. *Canal Satélite Digital* optó por seguir los pasos de *Canalsatellite Numerique*, la plataforma de televisión digital impulsada en 1996 por *Canal Plus* Francia, e implementó el sistema *simulcrypt* a través del satélite Astra (Beceiro, 2009a, p. 125; *La Vanguardia*, 1996b), con el que ya tenía experiencia. Por su parte, *Vía Digital* decidió emplear el sistema *multicrypt* y realizar las emisiones a través del satélite Hispasat (Beceiro, 2009a, p. 131; *La Vanguardia*, 1997d).

Esta diferencia de tecnologías no suponía un problema insalvable por sí solo. Sin embargo, el Gobierno se posicionó y estableció, en el Real Decreto-Ley 1/1997 (Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997), que el sistema *simulcrypt*, el escogido por *Canal Satélite Digital*, no era válido. En la Ley 17/1997 (Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997), aprobada el 3 de mayo de 1997, se concretó más al respecto y se estableció que el sistema *simulcrypt* se podía utilizar siempre y cuando este fuera plenamente compatible con otros operadores y se llegase a un acuerdo entre ellos en un plazo de dos meses; de no ser así, el único sistema válido sería el *multicrypt*:

El sistema de acceso condicional será el definido por el Grupo DVB (Grupo de Radiodifusión de Vídeo Digital), bajo el concepto *simulcrypt*, siempre que, sin

necesidad de ningún tipo de adaptación, resulte la plena compatibilidad de su uso por los distintos operadores y exista previo acuerdo entre éstos. Para que este acuerdo se entienda producido será necesario que los citados operadores presten su conformidad respecto de los aparatos de acceso condicional a emplear y así se haga constar en un documento que asuman todos ellos, y que se remitirá, para su conocimiento, a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el plazo de dos meses a partir de la entrada en vigor de la presente Ley. Transcurrido este plazo, en defecto de acuerdo, deberán emplearse otros sistemas que puedan operar de acuerdo con la recomendación DVB definida como interfaz común que facilite la operación en modo multicrypt. (art. 7, Ley 17/1997 de 3 de mayo, 1997)

Esta decisión llevó a *Sogecable* a denunciar al Gobierno español ante la Unión Europea por considerar que estas legislaciones le perjudicaban de forma deliberada y que no existía justificación alguna para las mismas puesto que el sistema *simulcrypt* era utilizado en otros países europeos (*La Vanguardia*, 1997b).

La Unión Europea, como ya había declarado, era partidaria de la coexistencia de ambos sistemas, por lo que se posicionó a favor de *Sogecable*. Primero instó al Gobierno a modificar el Real Decreto-Ley 1/1997 (Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997) y, ante la falta de respuesta por parte del ejecutivo, le abrió un expediente de infracción en junio de 1997 (The European Commission, 1996). Esto hizo que, finalmente, el Gobierno modificase la Ley 17/1997 (Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997) a través del Real-Decreto Ley 16/1997 (Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 1997), eliminando definitivamente toda traba respecto al sistema *simulcrypt*.

Además de todo esto, *Sogecable* tuvo que hacer frente a una tercera complicación con la llegada de *Canal Satélite Digital*: la “guerra del fútbol”. Había existido una considerable pugna por los derechos de retransmisión de este evento deportivo desde hacía tiempo, pero la llegada de las plataformas de televisión digital empeoró y precipitó las cosas (Bonaut-Iriarte, 2010, pp. 84-88).

Desde los inicios de *Canal Plus*, *Prisa/Sogecable* se había encargado de poseer los derechos de retransmisión de este deporte puesto que constituía uno de los principales elementos de su oferta programática. En 1990, negoció con *Forta* (*Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos*) un acuerdo sobre las retransmisiones que tendría validez hasta 1998 (Alcolea, 2003, pp. 62-63).

Posteriormente, en 1996, *Sogecable* volvió a emprender las negociaciones para no perder los derechos después de 1998. Como resultado de todo ello, *Sogecable*, *Antena 3* y *TV3* formaron, de forma conjunta, *Audiovisual Sport*, una empresa a través de la cual las tres compañías gestionaban y se repartían los derechos de retransmisión de fútbol (Calleja, 1996).

Esto le aportaba a *Canal Plus* y a *Canal Satélite Digital* una gran ventaja con respecto al resto de la futura competencia de pago. Ante esta situación, el Gobierno intervino nuevamente con la aprobación de la Ley Reguladora de las Transmisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos (Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos., 1997). Con ella garantizaba el libre acceso de todos los ciudadanos a determinados acontecimientos deportivos de interés, al igual que el uso de fragmentos de retransmisiones deportivas con fines informativos.

Poco después, *Canal Satélite Digital* y *Vía Digital* alcanzaron un acuerdo para la explotación de los eventos futbolísticos. Unos años después, tras un largo periodo de competencia entre ambas plataformas, el excesivo desembolso económico y la inestabilidad del mercado obligaron a una fusión entre los operadores en 2003, dando lugar a *Digital Plus* y poniendo fin a su rivalidad (ABC, 2003).

La aparición de las plataformas de televisión digital por satélite, y en concreto la de *Canal Satélite Digital* marcó el inicio del fin de la existencia de *Canal Plus* como canal de televisión analógico. En el momento en el que la plataforma fue creada, *Canal Plus*

pasó a formar parte de la oferta de la plataforma ya que ambas pertenecían a *Sogecable* (Herrero, 2003, pp. 12-13).

Fue solo una cuestión de tiempo que *Canal Plus* pasase a estar disponible únicamente en las plataformas de televisión digitales. El anunciado momento llegó en febrero de 2005, cuando *Sogecable* pidió permiso al Gobierno para que *Canal Plus* emitiese contenidos en abierto las 24 horas (*El País*, 2005a). Esta acción causó revuelo en la industria televisiva y en el ámbito político, lo cual no evitó que el Gobierno accediera a dicha solicitud (*La Vanguardia*, 2005; Marcos, 2005a).

Tras conseguir la aprobación del Gobierno, *Sogecable* anunció que el *Canal Plus* que se emitía en analógico, y para el cual había obtenido una nueva licencia para emitir en abierto 24 horas, iba a cambiar y denominarse *Cuatro*. *Canal Plus* seguía disponible a través de *Digital Plus*, la plataforma televisiva que gestionaba *Sogecable* (Marcos, 2005b), en la cual permanecería 11 años más, hasta 2016, cuando *Canal Plus* desapareció por completo de las pantallas españolas (Viciosa, 2016).

### **3. Estrategia programática de *Canal Plus* España**

En la base de todo canal de televisión, y de su modelo de negocio, se encuentran sus productos, es decir, sus programas. No obstante, un programa, por sí solo, únicamente constituye un elemento televisivo, “una pieza de una cadena, un eslabón” (J. Á. Cortés, 1999, p. 47). Para que un programa pueda contribuir por completo al éxito del modelo de negocio de un canal, este debe presentarse como un todo unido al resto de programas (Montero & Antona, 2018, p. 24). Dicha unión se obtiene a través de un ejercicio de programación que, consecuentemente, resulta en la confección de parillas televisivas, las cuales muestran la “relación entre elementos de distinta naturaleza, los espacios de los que se dispone y el tiempo de emisión de la televisión” (Gómez-Escalonilla, 2003, p. 24).

Para que una parrilla pueda considerarse bien elaborada tiene que, en primer lugar, presentar un flujo de programación entre los contenidos que la conforman, es decir, “unificación, combinación y fusión programada de segmentos diferentes entre sí y sólo vagamente correlativos” (J. Á. Cortés, 1999, p. 46). Y, en segundo lugar, debe estar diseñada partiendo de una estrategia programática que garantice el cumplimiento del

objetivo último de una parrilla televisiva: captar y fidelizar audiencia (Arana Arrieta, 2011, p. 68; J. Á. Cortés, 1999, p. 129).

En el presente apartado se expone un detallado análisis de la estrategia programática empleada por Canal Plus España para ejecutar su modelo de negocio y mantenerse en activo. Es, en definitiva, el paso final para ejecutar plenamente la estrategia económica diseñada para obtener los máximos beneficios posibles.

Para ello, se examina, en primer lugar, la programación en su conjunto, prestando especial atención a los diversos tipos de emisiones (abiertas o codificadas) y a su distribución a lo largo del día, de la semana y del año. Tras esta visión de conjunto, se centra la atención en los diversos bloques de contenidos empleados, de forma que se pueda entender qué función concreta tenía cada uno dentro de dicha estrategia y cómo se distribuían en la parrilla.

En definitiva, se intenta observar cómo *Canal Plus* España desarrolló la primera estrategia programática de un modelo de televisión de pago en nuestro país, y de qué forma estos contenidos fueron determinantes para atraer a sus potenciales clientes y fidelizarlos bajo la nueva marca creada.

### **3.1. Estrategia programática general**

Tal y como se ha explicado anteriormente, el funcionamiento y la programación de *Canal Plus* España se vieron condicionados, desde el principio, por la legislación del momento. Para poder obtener una licencia televisiva con la que operar, la cadena debía cumplir, entre otras cuestiones, con los requisitos estipulados en la Ley de Televisión Privada de 1989.

Dicha ley establecía que todo canal televisivo debía emitir un mínimo de horas de contenidos accesibles para toda la población, lo cual podía suponer un obstáculo para *Canal Plus*. La cadena partía de un modelo de negocio de televisión de pago, es decir, sus ingresos provenían de las tasas abonadas por sus suscriptores para ver unos contenidos que no eran accesibles gratuitamente por todos los espectadores.

Sin embargo, para poder obtener una licencia televisiva, la cadena debía replantear y adaptar ese modelo para asegurar el cumplimiento de la regulación. Por ello, *Canal Plus*

España, basándose en el precedente de su antecesor francés, optó por diseñar una parrilla programática mixta, compuesta por retransmisiones en abierto (gratuitas para toda la población) y en codificado (exclusivas para sus abonados).

Obviamente, los contenidos en codificado eran la prioridad de la cadena, puesto que eran la razón por la que los subscriptores se sentían atraídos al canal en primer lugar y, posteriormente, decidían quedarse. Por ello, estos contenidos conformaban una oferta exclusiva y selecta compuesta, principalmente, por cine y deportes, como se ha comentado.

Por su parte, los contenidos en abierto, lejos de suponer un inconveniente para la cadena, fueron orientados desde el modelo de negocio para el beneficio del propio canal y de sus contenidos codificados. La cadena decidió dedicar entre cinco y seis horas diarias a este tipo de emisiones, las cuales eran empleadas con fines autopromocionales de dos maneras diferentes.

En primer lugar, a través de la emisión de contenidos en abierto que sirviesen de muestra a los espectadores del tipo de contenidos que ofrecía la cadena en codificado. Un ejemplo de esta forma de actuar fue la retransmisión en abierto de la *sitcom* estadounidense, *Friends* (Bright et al., 1994-2004).

Se trataba de una serie considerablemente exitosa, que únicamente se podía ver en *Canal Plus* España y que se diferenciaba por temática y *target* del resto de ficciones que se emitían en otras cadenas. Por medio de ella, el canal estaba proporcionando una muestra gratuita del tipo de contenidos de ficción a los que sus abonados tenían acceso, es decir, contenidos exclusivos, modernos y novedosos.

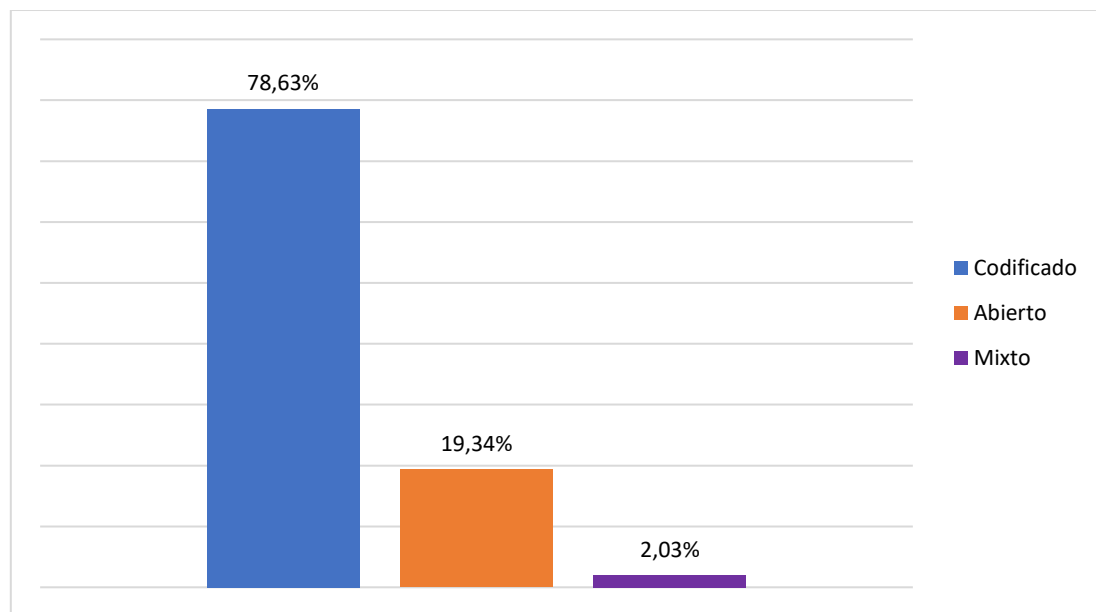
En segundo lugar, la autopromoción se realizaba a través de programas específicamente creados para generar expectación sobre los contenidos en codificado. Este tipo de espacios podían adoptar diversos formatos: magazines, previos deportivos, programas resúmenes... El factor común en todos ellos era que ofrecían contenidos aparentemente generados con el único propósito de entretener pero que, en realidad, estaban diseñados para provocar en el espectador el deseo de ver más, algo que solo podían conseguir con una suscripción.

Un ejemplo de este tipo de programas fue el espacio *Cuadernos de rodaje*, que ofrecía reportajes de 35 minutos sobre películas de cine que, posteriormente, iban a ser

emitidas en codificado. Otro ejemplo fue el denominado *Previo*, un espacio de unos 15 a 30 minutos en el que comentaristas y reporteros de la cadena analizaban los instantes previos a encuentros deportivos en directo, como partidos de La Liga española de fútbol. Si el espectador quería ver la retransmisión del evento, debía estar abonado a la cadena.

En general, es correcto, y posible, hablar de programas exclusivamente disponibles en codificado o en abierto. No obstante, es necesario señalar que también existían contenidos cuyo tipo de emisión, abierta o codificada, variaba de una temporada a otra, como en el caso de ciertos espacios infantiles. En otros casos, esa variación respecto al tipo de emisión se producía dentro de la misma temporada. Por ejemplo, en el caso de ciertos reportajes es posible encontrar que, parte de sus emisiones en multidifusión se realizaron en abierto y, otras, en codificado (Gráfico 1).

**Gráfico 1: Tipos de emisiones Canal Plus España (1990-2005)**



**Fuente: Elaboración propia**

Ambos tipos de emisiones se repartían alternativamente en la parrilla televisiva a lo largo del día de forma que ninguna de ellas formase un único bloque temporal. Las emisiones en abierto estaban presentes en casi todas las franjas horarias: mañana, sobremesa, tarde y *prime time*. Las franjas restantes, madrugada y *late night*, solían estar conformadas, únicamente, por contenido codificado que tendía a ser, principalmente, de dos tipos.

En primer lugar, redifusiones de películas cinematográficas y, en menor medida, de películas documentales. Estas emisiones constituían un claro ejemplo del compromiso de la cadena con la multidifusión de este tipo de contenidos puesto que, esta redifusión, permitía a los abonados con horarios de vida menos convencionales disfrutar de programas de calidad.

En segundo lugar, en estas franjas se retransmitían en directo eventos importantes que sucedían, mayoritariamente, en Estados Unidos: eventos como los encuentros de baloncesto de la NBA o la ceremonia de los Oscar. De esta forma, se reforzaba el compromiso de la cadena con su factor de exclusividad. Al darle la oportunidad a sus suscriptores de ver eventos relevantes para ellos en directo y sin esperas, les ofrecía la oportunidad de obtener la primicia sobre lo ocurrido en dicho evento, algo no disponible en el resto de cadenas.

La distribución de las distintas emisiones durante la semana tendía a seguir el mismo patrón. Normalmente, de lunes a viernes, los contenidos en abierto se agrupaban en espacios de hora y media o dos horas, dependiendo de la temporada en cuestión, empezando a las ocho o siete y media de la mañana. Entre dichos bloques en abierto se situaban otros de unas cuatro horas de contenidos codificados. De esta manera, existía una mayor posibilidad de que los no abonados viesen, en algún momento del día, los contenidos del canal.

Por el contrario, el fin de semana tendía a mostrar una estructura temporal más flexible. Debido a que gran parte de eventos en directo, como los encuentros deportivos, tenían lugar durante este periodo de la semana, la duración de los bloques en abierto no solía estar tan claramente definida, puesto que esta dependía de la situación en la parrilla de los contenidos codificados.

Esta flexibilidad de la parrilla no solo era característica de los fines de semana, sino que se repetía en los periodos vacacionales del año como, por ejemplo, Navidad. Estos eran momentos en los que la cadena trataba de demostrar que su programación estaba pensada para diferentes tipos de audiencia, por lo que se aumentaba la oferta de programación infantil, y las horas que esta era emitida en abierto porque resultaba útil para atraer suscriptores. En general se incrementaba la oferta de entretenimiento y, aunque se trataban de respetar las horas en abierto, existía una mayor flexibilidad a la hora de distribuir el contenido en la parrilla.



En conclusión, la estructuración de los contenidos en abierto y en codificado, así como los diferentes espacios temáticos que se programaban en esos bloques, respondían fundamentalmente a un objetivo comercial (al margen de cumplir la legislación vigente), básico en el modelo de televisión de pago, que era atraer al futuro abonado y fidelizar al existente.

### **3.2. Estrategia programática por géneros**

Como se ha mencionado, no todos los contenidos eran igualmente importantes para la cadena, y eso se reflejaba en su parrilla. Si se analiza con detenimiento, es posible detectar un cierto patrón a la hora de situarlos por el cual algunos programas veían supeditado su posicionamiento y duración al de otros, conformando una cierta jerarquía de géneros y programas.

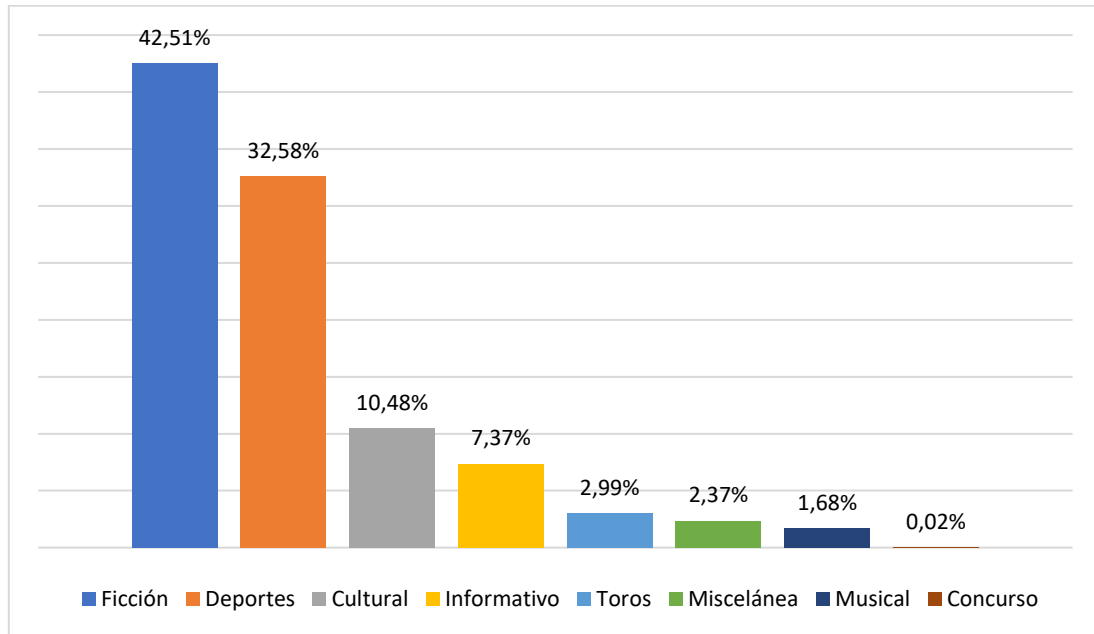
En un primer nivel de clasificación, los contenidos se diferenciarían por el tipo de emisión de los mismos. Los más valiosos, por su capacidad para generar suscriptores, se englobaban dentro de las emisiones codificadas, mientras que el resto de contenidos pertenecían a las emisiones en abierto. Esta primera división permite afirmar que los contenidos deportivos, los de ficción, los taurinos y los culturales eran los más valorados por los suscriptores, porque predominaban en las emisiones codificadas. En contrapartida, los contenidos informativos, miscelánea y musicales eran menos valiosos, ya que dominaban las emisiones en abierto.

Teniendo en cuenta esta primera división, se puede avanzar hacia una segunda, basada en el tratamiento de cada programa dentro de la parrilla, de forma que se pueden establecer tres niveles de valor. En el primero se situaban los más valiosos, aquellos cuya presencia era capaz de alterar el orden natural de la parrilla que había sido establecido hasta ese momento. En el segundo aparecían aquellos que eran algo menos valiosos, pero cuya posición en la parrilla era inalterable. Por último, estaban aquellos que eran, en cierta forma, prescindibles puesto que, en ocasiones, eran sustituidos por otros y también eran utilizados para rellenar los huecos de la parrilla.

A continuación, se explora en mayor detalle esta jerarquía programática partiendo del análisis de los cuatro bloques de géneros programáticos con mayor presencia en la parrilla de la cadena. Puesto que la finalidad es conocer mejor cuáles son los contenidos

y programas más relevantes, los diferentes géneros se abordarán en orden descendente respecto a su presencia en la parrilla en el periodo 1990-2005 (Gráfico 2).

**Gráfico 2: Emisiones de *Canal Plus* España agrupadas por géneros televisivos (1990-2005)**



**Fuente: Elaboración propia**

### **3.2.1. Ficción**

Desde un primer momento, los contenidos de ficción se establecieron como uno de los principales elementos de la oferta programática de la cadena, tanto en cantidad como en importancia (Beaumont, 1989a). Sus emisiones llegaron a representar más del 42% del total. Es decir, se trataba de un género muy valorado por el canal, con contenidos claramente diferenciados en función de su emisión.

La mayoría de las emisiones de ficción, un 94% aproximadamente, fueron codificadas. Estas emisiones estaban conformadas, en casi un 90%, por largometrajes consistentes en, principalmente, estrenos cinematográficos, películas pornográficas u otro tipo de películas.

Las películas de estreno y las pornográficas eran los contenidos más importantes dentro de la oferta cinematográfica, puesto que contaban con un espacio fijo dentro de la parrilla. De estos dos tipos de películas, los estrenos fueron más relevantes que el porno,

porque el número de emisiones era superior y podía ser consumido por una audiencia más amplia.

Los estrenos cinematográficos se programaban todos los días de la semana a las 22:00h o 22:30h, dependiendo de la temporada. Se trataba de películas de temática variada, que intentaban evitar centrarse en un solo nicho de la audiencia, como los adolescentes, excepto en fechas señaladas como Navidad, en la que el público infantil adquiriría importancia.

Al igual que la temática, el origen de producción de las películas era variado debido a los requisitos establecidos en la Ley de Televisión Privada de 1989 (40% de las películas comerciales mensuales europeas, de esas, 50% españolas). Estos dos factores, variedad temática y de nacionalidad de la producción, favorecían la configuración de una oferta de películas propicia para atraer un público selectivo.

En lo que respecta al cine pornográfico, todos los viernes por la noche se emitía una película diferente. No se puede hablar de una hora concreta de emisión, porque variaba en función de la duración del contenido previo. La apuesta por este tipo de películas fue una acción pionera en España, que reafirmaba la imagen de que *Canal Plus* ofertaba contenidos novedosos y exclusivos.

El resto de películas que emitió la cadena fueron, por un lado, multidifusiones de los estrenos cinematográficos, llegando a repetir la emisión de una misma película hasta en 16 ocasiones en una sola temporada. Por otro lado, se programaban otras películas escogidas únicamente para incrementar la oferta, pero estas no llegaban a ser tan recientes temporalmente como los estrenos. En general, estos largometrajes se distribuían a conveniencia a lo largo de las diferentes franjas horarias codificadas.

Tras el cine, las series constituyeron el contenido de ficción con mayor presencia dentro de la parrilla. Al hablar de las series televisivas de la cadena, se puede diferenciar entre, por un lado, las series infantiles, compuestas en su mayoría por contenidos de animación, y, por otro, las series para todos los públicos, destinadas a una audiencia más general.

Las series televisivas fueron el contenido de ficción en abierto con mayor presencia dentro de la parrilla. Predominantemente, se trataba de producciones extranjeras, sobre todo estadounidenses. Además, en el caso concreto de las series de animación, es posible

hablar de la emisión de producciones nacionales como *David, el gnomo* (Biern Boyd, 1985) o *Las tres mellizas* (Marin Vila, 1995-2003).

Las series infantiles tendían a programarse en bloques de duración máxima aproximada de dos horas en la franja de la mañana, con una emisión mixta en abierto y en codificado. En función de la temporada, este contenido se ofertó todos los días de la semana, cuando se hacía entre semana, o solo los fines de semana. A pesar de ello, este contenido solía ser respetado a la hora de diseñar la parrilla.

Por su parte, las series para todos los públicos presentaron una temática variada, aunque la cadena mostró predilección por el género de la comedia, posiblemente debido a sus características. Este tipo de series suele tener una duración media de 20 a 30 minutos por capítulo, además, el espectador puede disfrutarla fácilmente sin seguir el orden de los capítulos. Por ello, las comedias eran fáciles de situar en la parrilla, llegando a usarse como contenido para rellenar espacios programáticos vacíos.

Se tendían a programar en las franjas de mañana, sobremesa y tarde, en función de la serie y de la temporada. Su emisión fue casi íntegramente en abierto, aunque algunas de las series más valiosas (por ser muy populares) se retransmitieron combinando ambas emisiones. Este fue el caso de *Los Soprano* (Chase et al., 1999-2007), *Sexo en Nueva York* (King et al., 1998-2004) o los capítulos de estreno de las últimas temporadas de *Friends*.

En líneas generales, se puede considerar que las series eran percibidas como contenido prescindible puesto que, al ser emitidas en gran parte en abierto, y no perder valor narrativo al variar su posición en la parrilla, este contenido sufría cambios de emisión en favor de otros espacios. No obstante, en ciertos casos, como *Friends* (Bright et al., 1994-2004) u otras series infantiles, es posible ver la intencionalidad por parte de la cadena de respetar una cierta periodicidad para crear una rutina en el espectador no abonado, por la cual tendiese a sintonizar la cadena siempre en el mismo momento.

Por último, es pertinente hablar del tercer contenido de ficción con mayor presencia en la cadena: el cortometraje. Este tipo de contenido, poco frecuente en la oferta de las otras cadenas, se emitía tanto en abierto como en codificado, llegando a presentarse de dos formas diferentes en función del valor de la pieza.

Por un lado, estaban los que se retransmitían como si el propio cortometraje fuese un

único espacio en sí. Esto se daba, principalmente, con las emisiones de cortometrajes codificados, los cuales estaban realizados por directores de cierto renombre en el momento de la emisión. Por ejemplo: *The cowboy and The Frenchman* (D. Lynch, 1988), *Amores que matan* (Bollaín, 2000) o *Tarzán en el café Lisboa* (Plaza, 1997).

Por otro lado, se encontraban los cortometrajes de menor valor que se agrupaban y emitían en bloques de diferente duración. Este tipo de retransmisión fue la que predominó en las emisiones en abierto, aunque no eran íntegramente abiertas.

Todo este contenido, y en especial las emisiones que se realizaban en bloques, servían para rellenar huecos en la parrilla. Se aprovechaba la duración tan variada de los cortometrajes para poder escoger aquellos que más se adecuaban al espacio de la parrilla que querían completar. Esto hizo que, por regla general, las emisiones de los cortometrajes no se realizasen en franjas concretas ni en días determinados; era un contenido diferenciador, pero no especialmente valioso.

### **3.2.2. Deportes**

Tras la ficción, los deportes constituyeron el segundo género con mayor presencia en la parrilla: llegó a representar algo más del 32% de todas las emisiones. En conjunto, ambos géneros conformaban las principales señas de identidad de marca de *Canal Plus* España (Mayorga Escalada & Pedrero Esteban, 2015, pp. 250-255).

Al igual que en el caso de la ficción, la mayoría de las emisiones deportivas, casi un 69%, fueron codificadas, a pesar de lo cual los deportes supusieron casi el 48% de los contenidos en abierto. Es decir, se trataba de un género relevante en la oferta de la cadena. A grandes rasgos se puede diferenciar entre dos tipos de contenidos: retransmisiones de eventos deportivos y programas complementarios.

Dentro de los eventos deportivos, se puede diferenciar entre dos grandes grupos. En primer lugar, el fútbol, un deporte de gran importancia y seguimiento en España, que demostró ser determinante a la hora de generar nuevos suscriptores a las cadenas de pago (Bonaut-Iriarte & Vicent Ibáñez, 2020, pp. 429-430). En segundo lugar, los deportes importantes a nivel internacional, pero con menor seguimiento en España, como el rugby, el fútbol americano o el golf.

Al margen del tipo de deporte, las retransmisiones se establecieron como el contenido deportivo más importante para la cadena, supusieron un 95% de la programación deportiva total. Normalmente, los eventos se emitían íntegramente en codificado, aunque, ocasionalmente, alguno no tan valioso para la cadena se retransmitía en abierto (finales de copa de fútbol sub-25, sumo, lucha canaria...). El horario y el día de estas emisiones no eran completamente programados por el canal, puesto que quedaba determinado por la organización de dicho evento.

En algunos casos, como en el de los partidos de la Liga española de fútbol del domingo por la tarde, se puede hablar de un horario concreto preestablecido que no solía variar. Sin embargo, este no era el caso de todos eventos y, en esas circunstancias, las retransmisiones deportivas sustituían cualquier otro programa que normalmente hubiese sido retransmitido en ese momento.

Dependiendo de la disciplina deportiva, al día siguiente del evento, se emitía en abierto una versión resumida del encuentro con una duración de entre 30 minutos y una hora, en función de la duración de la retransmisión original. No se puede hablar de un horario ni día establecido para la emisión de este contenido, aunque existía la tendencia de hacerlo en el *late night*, la madrugada o las primeras horas de la mañana.

Antes de la emisión en codificado de ciertos eventos deportivos (principalmente los encuentros de la Liga española de fútbol y baloncesto), la cadena emitía en abierto un espacio de unos 15 o 30 minutos de duración llamado *Previo*. En dicho espacio los comentaristas deportivos de la cadena analizaban los instantes previos al evento (cómo era la alineación, el recorrido de los equipos hasta el momento, la situación en la que se encontraban los jugadores, etc.), lo que servía para introducir al espectador poco a poco en la retransmisión del evento, el programa principal en ese momento.

El resto de oferta deportiva de la cadena estaba conformada, como ya se ha mencionado, por programas complementarios a los eventos; se centraban en la información deportiva, en el entretenimiento basado en la actualidad deportiva, o en una combinación entre ambos. Eran contenidos retransmitidos predominantemente en abierto que contaban con un horario concreto dentro de la parrilla.

Los programas más próximos a un informativo deportivo ofrecían una visión general de la actualidad deportiva. Los espacios dedicados a estos contenidos otorgaban una mayor variedad a la oferta programática (*Contrarreloj* (1995-2005), *Más deporte* (1995-

2005), *Transworld Sport* (1990-2005)). Todos ellos contaban con duraciones variadas que iban desde los cinco hasta los 60 minutos. Se situaban en la parrilla para que estuvieran presentes en las diferentes franjas: mañana, sobremesa, tarde y *prime time*.

Fuera de estos programas de actualidad deportiva generalista, pero manteniendo el objetivo informativo, se realizaron programas diseñados para ofrecer información sobre un único deporte. Por ejemplo, *NBA en acción* (1995-2005) ofrecía un repaso a la actualidad de la liga NBA de baloncesto por medio de un programa de 30 minutos, situado en la franja de mañana de los fines de semana. Una oferta similar era la que proponía el programa *Birdie* (1994-2005), un espacio semanal de unos 30 minutos de duración que se emitía los sábados en horario matinal y que se centraba en el mundo del golf.

Otros programas deportivos, como los magazines, se alejaban, en parte, del enfoque informativo para crear espacios sobre la actualidad del género con un mayor énfasis en el entretenimiento. Un ejemplo de este tipo de programas fue *El día después* (1990-2005). El espacio se centraba en el fútbol y mezclaba tertulias, análisis, entrevistas y reportajes sobre las últimas jornadas deportivas. Tenía una duración de 90 minutos, y se solía emitir todos los lunes a las 20:00h, comentando así la jornada deportiva del fin de semana.

El valor de todos estos programas residía en su capacidad para promocionar los contenidos deportivos de la cadena. Servían para demostrar el compromiso que el canal tenía con el género, al mismo tiempo que mostraba lo que el espectador no podía ver íntegramente al no estar abonado, es decir, los eventos deportivos. A pesar de ello, eran susceptibles de modificaciones en su emisión en favor de la emisión de otros contenidos.

### **3.2.3. Cultural**

El tercer género con mayor presencia en la parrilla de *Canal Plus* España fueron los programas culturales. Comparativamente con los géneros vistos anteriormente, los programas culturales pueden no verse como una importante apuesta de la cadena, puesto que no tuvieron tanta presencia en parrilla como los deportes y la ficción.

No obstante, juzgar la importancia de este género solo en base a esa cuestión puede llevar a engaño. Para empezar, la mayoría de las emisiones culturales, casi un 99.5%, fueron codificadas, lo que indica que este contenido era valorado y, por tanto, se reservaba

para los abonados. Además, casi todos los programas fueron documentales, un tipo de contenido con escasa presencia en el resto de cadenas privadas, lo que lo hacía más valioso y atractivo para espectadores de cierta cultura que buscasen exclusividad.

La duración de los documentales era variada, desde piezas de unos 30 minutos, a emisiones de más de una hora y series documentales. Esa duración también se trasladaba a la temática de los mismos. La oferta abarcaba desde piezas sobre empresas y grandes industrias como *El imperio Coca-Cola* (Lilienheim Angelico, 1998), hasta documentales de naturaleza como *El imperio del oso polar* (Holmes & Scholey, 1997), y documentales clásicos de gran valor en la historia del género.

A este respecto cabe mencionar dos cuestiones. En primer lugar, parte de la oferta documental estaba compuesta por creaciones de *National Geographic* y de la *BBC*, nombres que daban valor extra a las piezas ante el espectador. En segundo lugar, es relevante el uso como elemento complementario que la cadena hacía del género por medio de, por ejemplo, la serie documental *Directores de cine* (Emery, 1997). Estas piezas se utilizaban para complementar las emisiones de largometrajes de ficción, al emplearse para generar un día temático sobre un director o para acompañar un estreno de cine. Por ejemplo, si se estrenaba una película de Woody Allen o se emitían varias obras suyas a modo temático, la cadena podía programar un documental sobre ese director para acompañar a sus películas.

Respecto a las retransmisiones en abierto, tendían a estar conformadas por documentales en multidifusión, es decir, piezas documentales que previamente habían sido emitidas en codificado. De esta forma, los no abonados podían hacerse una idea de la oferta cultural de la cadena. Además de ello, se puede apreciar cierto carácter publicitario en algunos documentales por las temáticas sobre las que versaban.

Dentro de la parrilla, los programas culturales se situaban en todos los días y en todas las franjas, escogiendo uno u otro en función de la duración de la pieza y del espacio disponible en la misma. Aquellos que la cadena podía considerar más atractivos, como los del *National Geographic* o los documentales de estreno, tendían a programarse en las franjas en las que un mayor número de espectadores podría estar viendo, es decir, sobremesa, tarde y *prime time*.



### 3.2.4. Informativos

Los contenidos informativos conforman un género que, en su conjunto, no constituyó una oferta destacada de *Canal Plus* (*El País*, 1990b). A pesar de lo cual, este se consolidó como el segundo género con mayor presencia en abierto, alcanzando un 60%, aproximadamente, en este tipo de emisiones. A grandes rasgos, los programas informativos se pueden clasificar en dos tipos de contenidos: reportajes y noticiarios.

Los reportajes constituyeron el grueso de la oferta del género, más del 85% del total. A su vez, los reportajes fueron los que, predominantemente, conformaron las emisiones en codificado. Es decir, los reportajes eran los contenidos informativos más valiosos para la cadena porque eran los que se reservaban para los abonados.

En general, estos solían tratar sobre temas de corte social, cultural o cinematográfico (actores, directores, cómo se creó cierta película...). Sus emisiones se podían realizar de dos formas, tratando la pieza que se emitía como un programa único, o como parte de un espacio exclusivamente destinado a los reportajes. En este último caso cabe diferenciar entre dos tipos de espacios.

Por un lado, estaban los espacios destinados a reportajes sociales y culturales, que contaban con una duración de entre 45 y 60 minutos. Por ejemplo, *24 horas*. Por otro, estaban los espacios destinados a reportajes sobre cine, con una duración máxima de 35 minutos, como, por ejemplo, *Cuadernos de rodaje*.

En ninguno de los dos casos, se puede señalar que hubiera un horario fijo y determinado de emisión. Así era posible encontrar estos espacios en las franjas de la sobremesa, la tarde y la noche. Las horas y los días variaban en función de las necesidades de la cadena, empleándose, en ocasiones, para completar huecos en la parrilla. En ese caso, se tendía a escoger reportajes de corta duración, los cuales, muchas veces, giraban en torno a la temática cinematográfica.

Además de este uso del reportaje para rellenar huecos, la cadena también lo empleaba con fines promocionales. En el momento en el que se iba a estrenar un nuevo contenido, empezar un ciclo de cine sobre un personaje concreto o, incluso, el grupo mediático al que pertenecía la cadena iba a emitir algo concreto en alguno de sus otros canales, no era extraño encontrar un reportaje, más o menos corto, al respecto.

De hecho, los espacios anteriormente mencionados dedicados únicamente a la emisión de reportajes cinematográficos tenían, en muchas ocasiones, una clara intención promocional dado el momento en el que se estrenaban. De esta forma la cadena, nuevamente, mostraba al público general aquello a lo que podía tener acceso mediante la suscripción. Ejemplo de ello fueron las piezas *Canal+* y *el cine. Lo mejor del 2003*, *Camino a los Oscar: La recta final* o *Así se hace "Friends"* (perteneciente al espacio *Así se hizo*).

Otra manera de utilizar los reportajes de manera promocional fue la emisión de las mismas piezas tanto en codificado como en abierto. Especialmente en el caso de los emitidos en los espacios de reportajes sociales y culturales se tendió, durante bastante tiempo, a emitir el reportaje en estreno en codificado y, muy a posteriori, la repetición en abierto.

En lo que respecta a los informativos, pese a su reticencia inicial, la cadena utilizó este contenido como otro elemento diferenciador más que le aportase un valor añadido. Como resultado, *Canal Plus* ofreció dos tipos de noticiarios: unos de producción extranjera y otros de producción nacional.

Los de producción extranjera estuvieron conformados por informativos estadounidenses emitidos en versión original, como por ejemplo *ABC World News* (Banner & Jennings, 1953-presente), conducido por Peter Jennings. Tenían una duración media de 25 minutos, aunque, en ocasiones, llegó a durar hasta 60 minutos. Su emisión se realizaba en las primeras horas de la franja de la mañana, habitualmente entre las 8:00h y las 8:30h, de lunes a viernes.

Los noticiarios de producción nacional estuvieron formados, principalmente, por el espacio informativo en español que ofreció la cadena. El programa se emitía varias veces al día y con diferentes duraciones que iban desde los 5 hasta los 30 minutos. El espacio se emitía todos los días de la semana y en diferentes franjas.

En contraposición a los reportajes, los noticiarios se retransmitían íntegramente en abierto, por tanto, no formaban parte de la oferta exclusiva para los abonados. No obstante, contaban con un hueco permanente en la parrilla del canal a pesar de que su posición en la misma fuese variable.

Tal y como se ha comprobado, el modelo de televisión de pago que instauró *Canal*

*Plus* España siguió el modelo clásico europeo establecido por su predecesor francés. Este se basó en el concepto clave de la exclusividad, centrada, en este caso, en los contenidos de ficción (cine y series) y en el deporte. Debido a la legislación española, dicha exclusividad se materializó, al igual que en Francia, en forma de un sistema de programación mixta en el que convivieron, perfectamente, emisiones en abierto con emisiones codificadas.

Por un lado, las retransmisiones en abierto fueron distribuidas a lo largo del día para crear un sistema eficaz de autopromoción con el que atraer potenciales abonados. Por otro, las emisiones codificadas ofrecían contenidos novedosos o no accesibles en otras cadenas como las películas pornográficas, ciertas especialidades deportivas, documentales o cortometrajes.

Entre ambas emisiones se estableció cierta dinámica por la cual los contenidos en abierto siempre se encontraban al servicio de las emisiones codificadas. Es decir, los programas en abierto promocionaban y anticipaban las emisiones codificadas, se empleaban para recordar los contenidos codificados tras su emisión y, en caso de necesidad, eran sustituidos por programas codificados.

Dentro de los programas codificados, las emisiones deportivas en directo (especialmente el fútbol) y los estrenos cinematográficos nocturnos, fueron los contenidos más apreciados. Ambos contaban con un espacio fijo dentro de la parrilla y nunca eran sustituidos o interrumpidos, ni siquiera por pausas publicitarias.

## **Capítulo II**

### **Evolución histórica de los géneros y contenidos de *Canal Plus* España (1990-1996): nacimiento y esplendor**

Tal y como se ha explicado en el capítulo anterior, el funcionamiento de *Canal Plus* España estuvo determinado, en gran medida, por su modelo de negocio, por la legislación del momento y por las diversas actuaciones de su empresa matriz. Esos factores condujeron a diseñar su estrategia programática basada en tres elementos principales: los contenidos de ficción y deportivos, la exclusividad de su oferta y las retransmisiones mixtas (abiertas y codificadas).

Este segundo capítulo pretende ahondar en la creación y el establecimiento de dicha estrategia por medio del recorrido histórico su programación. Para ello, se centra en el análisis de los seis primeros años de vida la cadena (1990-1996), conformados por sus seis primeras temporadas televisivas (del 1 de septiembre al 31 de agosto). Dichas temporadas han sido agrupadas en dos etapas: la primera de 1990 a 1993 y la segunda de 1993 a 1996. Dentro de ellas se han identificado los hitos especialmente relevantes para el canal, que sirven de guía en el recorrido histórico que se ha realizado.

Con todo ello, se pretende conocer en profundidad el proceso seguido hasta la configuración de una oferta definitiva, efectiva y eficaz; lo cual se concreta en cuatro cuestiones. En primer lugar, averiguar qué programas se introdujeron y no perduraron. En segundo término, qué espacios y programas se establecieron como indispensables. En

tercer lugar, qué innovaciones programáticas y de contenido se introdujeron. Y, por último, cómo los diversos contenidos se situaron en la parrilla para configurar una sola unidad en la que todos ellos se complementasen y, al mismo tiempo, se adecuasen a la audiencia.

Tal y como se ha explicado en la introducción de esta tesis doctoral, este segundo capítulo contiene un detallado análisis descriptivo de la programación de este periodo. Se trata de un trabajo minucioso nunca antes realizado, que complementa la información recogida en el capítulo anterior.

## **1. Primera etapa (1990-1993). Nacimiento y asentamiento de *Canal Plus* España**

La primera etapa de *Canal Plus* España correspondió con el periodo de puesta en marcha de la cadena, el cual englobó las tres primeras temporadas: desde el 14 de septiembre de 1990 hasta el 31 de agosto de 1993. Es decir, desde el inicio de sus retransmisiones regulares, el 14 de septiembre de 1990, hasta el momento en el que la cadena adquirió cierta estabilidad, económica y programática, a finales de la temporada 92-93.

Pese a que *Canal Plus* España contó con un importante referente en Francia, abordado en el capítulo anterior, este periodo fue complejo para la cadena puesto que se inició como empresa televisiva. El canal necesitaba alcanzar en esos años, lo antes posible, tres objetivos primordiales: darse a conocer entre la audiencia, diseñar la oferta de contenidos adecuada para atraer y retener a sus clientes, y alcanzar el punto en el que, la combinación de los dos objetivos anteriores le permitiera ser rentable.

En consecuencia, este fue un “periodo de pruebas” dedicado a gestar la oferta programática más adecuada para la cadena. Su comienzo se caracterizó por una cierta inestabilidad generada por el cambio constante de la oferta y el reajuste de la misma a las necesidades de la audiencia. Y aquí la interacción con el abonado, a través de los estudios de audiencia, las encuestas de satisfacción y la revista del canal resultó fundamental.

De esta forma se definieron como aspectos estratégicos, entre otras cuestiones, determinar qué oferta cinematográfica buscaba la audiencia, qué prácticas deportivas

interesaban a los suscriptores y qué contenidos en abierto resultaban más eficaces para entretener y autopromocionarse.

De todos los aspectos comentados, en este proceso tuvo especial importancia la revista del abonado, que se posicionó como una de las principales vías de comunicación con los suscriptores, permitiendo realizar modificaciones más precisas. Todo ello llevó a lograr una gran estabilidad al final de esta etapa, donde se alcanzó un flujo programático consolidado, comentado detalladamente en el capítulo anterior, y en el cual los contenidos de ficción y deportivos se establecieron como los elementos más importantes.

### **1.1. Ficción**

Tal y como se ha explicado en el capítulo anterior, los contenidos de ficción fueron uno de los principales elementos de la oferta de *Canal Plus* España, llegando a constituir más del 40% de sus emisiones totales. En su base se situaron las películas cinematográficas y, como complemento a estas, las series televisivas y los cortometrajes.

Durante este primer periodo, el principal objetivo era diseñar la mejor estrategia posible para la oferta de ficción de la cadena y, por ello, los esfuerzos programáticos se centraron, principalmente, en cuatro cuestiones. En primer lugar, se trató de configurar una librería cinematográfica potente con la que satisfacer la demanda del espectador a medio y largo plazo. En segundo término, se estableció un servicio de multidifusión cinematográfico que garantizase una mayor libertad a los abonados para poder disfrutar de los diversos contenidos televisivos disponibles. Tercero, se testaron y definieron los gustos de los suscriptores para conocer qué tipo de series y, sobre todo, películas eran más aceptadas (cine de terror, producciones españolas, películas pornográficas, etc.). Y, finalmente, la cadena aprendió a integrar los contenidos de ficción dentro de las retransmisiones en abierto de tal forma que, en última instancia, pudiera resultar beneficioso para *Canal Plus*.

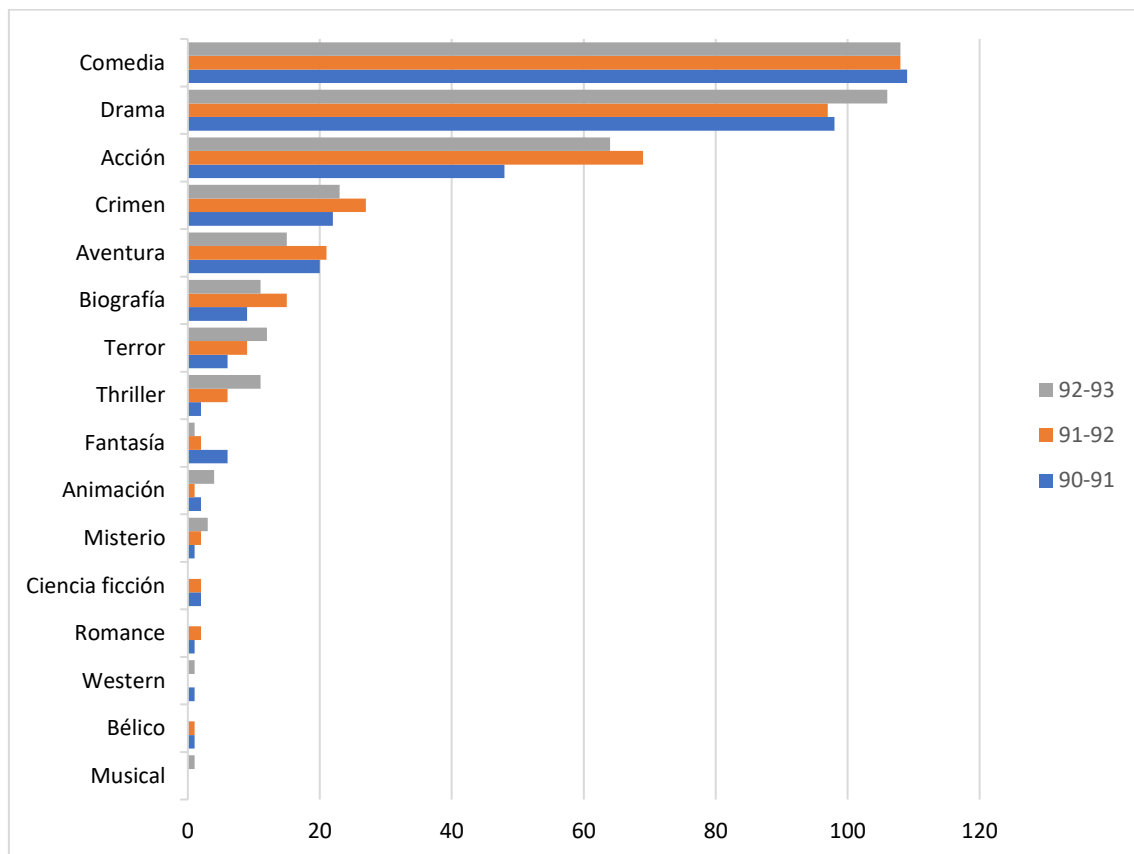
#### **1.1.1. El cine: creación de una oferta y librería cinematográfica variada**

Como se ha explicado en el capítulo anterior, los contenidos cinematográficos

constituyeron un elemento clave y muy valioso dentro de la estrategia programática de *Canal Plus* España. De entre ellos, las películas de estreno supusieron un gran reclamo para la cadena por el elemento de exclusividad que aportaban. En esta primera etapa se estrenaron un total de 1.356 películas diferentes.

La mayoría de estos estrenos, 1.066, fueron programados a las 22:00h todos los días de la semana, un espacio inamovible en la parrilla para la cadena. En general, las películas escogidas para estas emisiones contaban con dos características principales. En primer lugar, se trataba de obras elegidas para atraer a un público lo más amplio posible, por lo que predominaban los géneros de comedia, drama y acción (Gráfico 1).

**Gráfico 1: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00 (1990-1993)**



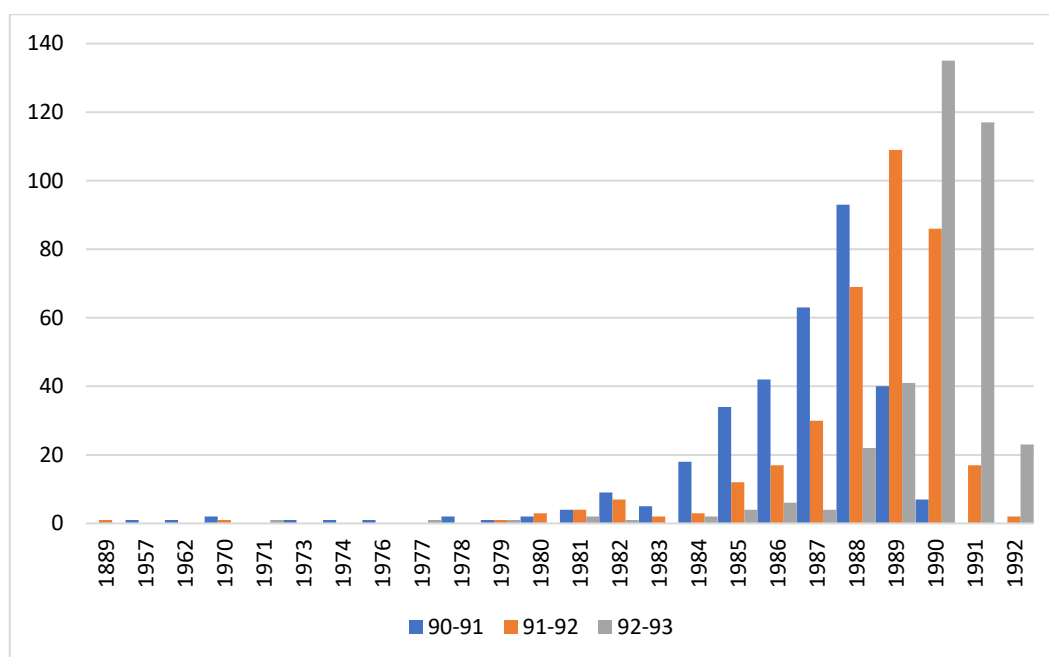
**Fuente: Elaboración propia**

En segundo lugar, se intentaba ofertar películas cuyo estreno en salas cinematográficas hubiese ocurrido recientemente. Esto requería acortar los tiempos de espera entre dos de las principales ventanas de explotación cinematográfica existentes: salas de cine y televisión (Doyle, 2002, p. 102; García Santamaría, 2015, p. 64). En esa época, podían transcurrir más de dos años desde que una película era estrenada en cines

hasta que era emitida en televisión (Ojer & Capapé Poves, 2012, p. 200). Afortunadamente, esta situación pudo cambiar gracias a diversos acuerdos, explicados en el capítulo anterior, de forma que los tiempos de espera se redujeron a algo más de un año.

No obstante, es necesario realizar una pequeña matización a este respecto. Como se puede observar en el gráfico 2, durante las tres temporadas de este periodo las películas de estreno de las 22:00 fueron, mayoritariamente, producciones recientes. No obstante, se comprueba cómo existe una paulatina progresión por la cual, a inicios del periodo (temporada 90-91), la cantidad de estrenos recientes programados es inferior a la que se encuentra al final del periodo (temporada 92-93); es decir, el número de películas estrenadas a las 22:00h de producción reciente fue en aumento conforme la cadena se fue estabilizando.

**Gráfico 2: Años de producción de las películas de estreno emitidas a las 22:00h (1990-1993)**



**Fuente: Elaboración propia**

Esta situación se debió, en gran medida, al proceso de negociación de los derechos de emisión de las películas desarrollado por la cadena durante esa etapa. En junio de 1991 la cadena anunció la obtención de acuerdos para la emisión en exclusiva de ciertas películas:



Canal+ ha realizado una serie de acuerdos con productoras cinematográficas de la talla de Warner Brothers, Columbia, Paramount, Universal, Twentieth Century Fox, Orion y Carolco, que aseguran en exclusiva para nuestros abonados las películas más taquilleras que se han pasado recientemente por las salas comerciales. (*Canal Plus Revista*, 1991f, p. 7)

Unos meses después, en septiembre de 1991, justo al inicio de la temporada 91-92, se comunicó a los abonados que la cadena había alcanzado acuerdos con importantes distribuidoras cinematográficas. De esta forma, *Canal Plus* pudo aumentar de forma progresiva su oferta de películas de producción reciente:

Durante estos meses de trabajo, la cadena ha llegado a importantes acuerdos con las principales distribuidoras de cine actual del mundo. La práctica totalidad de las *majors* norteamericanas (las más poderosas compañías de distribución mundial), han apostado por CANAL+ como el medio destinado a estrenar en España sus películas más famosas. A finales de 1992, los otros canales podrán ofrecer una buena parte de los largometrajes que ahora van a poder ver en absoluta exclusiva los abonados a Canal+. (*Canal Plus Revista*, 1991j, p. 6)

Cabe destacar que, a la hora de realizar dichos acuerdos con las distribuidoras y productoras, la cadena se centró especialmente en empresas estadounidenses. Inevitablemente, esta cuestión repercutió en el tipo de estrenos cinematográficos que se emitieron. De las 1.066 películas que se estrenaron a las 22:00h, 618 fueron producidas por Estados Unidos en solitario (Tabla 1), 103 por España (Tabla 2) y, el resto (345) fueron producidas por otros países o coproducciones en las que participaron Estados Unidos, España, países europeos como Alemania, y otros países como Canadá o Japón (Tabla 3).

**Tabla 1: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1990-1993)**

| <b>Título español</b>              | <b>Título original</b>          | <b>Director</b>  | <b>Año</b> |
|------------------------------------|---------------------------------|------------------|------------|
| <i>Arma letal</i>                  | <i>Lethal Weapon</i>            | Richard Donner   | 1987       |
| <i>Atracción fatal</i>             | <i>Fatal Attraction</i>         | Adrian Lyne      | 1987       |
| <i>Big</i>                         | <i>Big</i>                      | Penny Marshall   | 1988       |
| <i>Cazafantasmas II</i>            | <i>Ghostbusters II</i>          | Ivan Reitman     | 1989       |
| <i>Cocoon</i>                      | <i>Cocoon</i>                   | Ron Howard       | 1985       |
| <i>Colmillo blanco</i>             | <i>White Fang</i>               | Randal Kleiser   | 1991       |
| <i>Desafío total</i>               | <i>Total Recall</i>             | Paul Verhoeven   | 1990       |
| <i>Dirty Dancing</i>               | <i>Dirty Dancing</i>            | Emile Ardolino   | 1987       |
| <i>Drugstore cowboy</i>            | <i>Drugstore cowboy</i>         | Gus Van Sant     | 1989       |
| <i>Eduardo Manostijeras</i>        | <i>Edward Scissorhands</i>      | Tim Burton       | 1990       |
| <i>El color púrpura</i>            | <i>The Color Purple</i>         | Steven Spielberg | 1985       |
| <i>El gran halcón</i>              | <i>Hudson Hawk</i>              | Michael Lehmann  | 1991       |
| <i>El príncipe de Zamunda</i>      | <i>Coming to America</i>        | John Landis      | 1988       |
| <i>El silencio de los corderos</i> | <i>The Silence of the Lambs</i> | Jonathan Demme   | 1991       |
| <i>Este muerto está muy vivo</i>   | <i>Weekend at Bernie's</i>      | Ted Kotcheff     | 1989       |
| <i>Ghost (Más allá del amor)</i>   | <i>Ghost</i>                    | Jerry Zucker     | 1990       |
| <i>La pequeña pícara</i>           | <i>Curly Sue</i>                | John Hughes      | 1991       |
| <i>Magnolias de acero</i>          | <i>Steel Magnolias</i>          | Herbert Ross     | 1989       |
| <i>No sin mi hija</i>              | <i>Not Without My Daughter</i>  | Brian Gilbert    | 1991       |
| <i>Pretty Woman</i>                | <i>Pretty Woman</i>             | Garry Marshall   | 1990       |
| <i>Rambo III</i>                   | <i>Rambo III</i>                | Peter MacDonald  | 1988       |
| <i>Solo en casa</i>                | <i>Home Alone</i>               | Chris Columbus   | 1990       |
| <i>Superagente K-9</i>             | <i>K-9</i>                      | Rod Daniel       | 1989       |
| <i>Testigo accidental</i>          | <i>Narrow Margin</i>            | Peter Hyams      | 1990       |
| <i>Warlock, el brujo</i>           | <i>Warlock</i>                  | Steve Miner      | 1989       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 2: Muestra de 25 películas de producción española (1990-1993)**

| <b>Título</b>                           | <b>Director</b>          | <b>Año</b> |
|-----------------------------------------|--------------------------|------------|
| <i>¿Lo sabe el ministro?</i>            | Josep Maria Forn         | 1991       |
| <i>A solas contigo</i>                  | Eduardo Campoy           | 1990       |
| <i>Alas de mariposa</i>                 | Juanma Bajo Ulloa        | 1991       |
| <i>Amantes</i>                          | Vicente Aranda           | 1991       |
| <i>Amo tu cama rica</i>                 | Emilio Martínez Lázaro   | 1992       |
| <i>Cara de acelga</i>                   | José Sacristán           | 1987       |
| <i>Don Juan en los infiernos</i>        | Gonzalo Suárez           | 1991       |
| <i>El año de las luces</i>              | Fernando Trueba          | 1986       |
| <i>El día que nací yo</i>               | Pedro Olea               | 1991       |
| <i>Gran sol</i>                         | Ferran Llagostera        | 1989       |
| <i>La blanca paloma</i>                 | Juan Miñón               | 1989       |
| <i>La noche más larga</i>               | José Luis García Sánchez | 1991       |
| <i>La vaquilla</i>                      | Luis García Berlanga     | 1985       |
| <i>Las cartas de Alou</i>               | Montxo Armendáriz        | 1990       |
| <i>Las edades de Lulú</i>               | Bigas Luna               | 1990       |
| <i>Lo más natural</i>                   | Josefina Molina          | 1991       |
| <i>Los santos inocentes</i>             | Mario Camus              | 1984       |
| <i>Luces de bohemia</i>                 | Miguel Ángel Díez        | 1985       |
| <i>Lulú de noche</i>                    | Emilio Martínez-Lázaro   | 1986       |
| <i>Redondela</i>                        | Pedro Costa              | 1987       |
| <i>Réquiem por un campesino español</i> | Francisco Betriu         | 1985       |
| <i>Salsa rosa</i>                       | Manuel Gómez Pereira     | 1992       |
| <i>Sevillanas</i>                       | Carlos Saura             | 1992       |
| <i>Suéltate el pelo</i>                 | Manuel Summers           | 1988       |
| <i>Vacas</i>                            | Julio Medem              | 1992       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 3: Muestra de 25 películas de coproducción (1990-1993)**

| <b>Título español</b>                   | <b>Título original</b>                  | <b>Director</b>   | <b>País/Países</b>                                             | <b>Año</b> |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------|------------|
| <i>Beltenebros</i>                      | <i>Beltenebros</i>                      | Pilar Miró        | España<br>Países Bajos<br>Reino Unido                          | 1991       |
| <i>Beso rojo</i>                        | <i>Rouge Baiser</i>                     | Véra Belmont      | Francia<br>Alemania                                            | 1985       |
| <i>Cover-Up:<br/>Rescate</i>            | <i>Cover-Up</i>                         | Manny Coto        | Reino Unido<br>Israel                                          | 1991       |
| <i>Cuerpos ardientes</i>                | <i>Scorchers</i>                        | David Beaird      | Reino Unido<br>EE. UU.                                         | 1991       |
| <i>Dancing machine</i>                  | <i>Dancing machine</i>                  | Gilles Béhat      | Francia<br>España                                              | 1990       |
| <i>El liquidador</i>                    | <i>The Adjuster</i>                     | Atom Egoyan       | Canadá                                                         | 1991       |
| <i>Erik, el vikingo</i>                 | <i>Erik the Viking</i>                  | Terry Jones       | Reino Unido<br>Suecia                                          | 1989       |
| <i>Europa</i>                           | <i>Europa</i>                           | Lars von Trier    | Dinamarca<br>Suecia<br>Francia<br>Alemania<br>Suiza<br>Polonia | 1991       |
| <i>Frenético</i>                        | <i>Frantic</i>                          | Roman Polanski    | Francia<br>EE. UU.                                             | 1988       |
| <i>Ginger y Fred</i>                    | <i>Ginger e Fred</i>                    | Federico Fellini  | Italia<br>Francia<br>Alemania                                  | 1986       |
| <i>La batalla de los<br/>tres reyes</i> | <i>La batalla de los tres<br/>reyes</i> | Souheil Ben Barka | URSS<br>España<br>Italia<br>Marruecos                          | 1990       |
| <i>La chica terrible</i>                | <i>Das schreckliche<br/>Mädchen</i>     | Michael Verhoeven | Alemania                                                       | 1990       |
| <i>La discreta</i>                      | <i>La discrète</i>                      | Christian Vincent | Francia                                                        | 1988       |
| <i>La piel que brilla</i>               | <i>The Reflecting Skin</i>              | Philip Ridley     | Reino Unido<br>Canadá                                          | 1990       |

|                              |                      |                |                                                                    |      |
|------------------------------|----------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------|------|
| <i>Madame Bovary</i>         | <i>Madame Bovary</i> | Claude Chabrol | Francia                                                            | 1991 |
| <i>Mala Sangre</i>           | <i>Mauvais sang</i>  | Leos Carax     | Suiza<br>Francia                                                   | 1986 |
| <i>Mister Frost</i>          | <i>Mister Frost</i>  | Philip Setbon  | Francia<br>Reino Unido                                             | 1990 |
| <i>Mistery train</i>         | <i>Mistery train</i> | Jim Jarmusch   | Japón<br>EE. UU.                                                   | 1989 |
| <i>Nikita, dura de matar</i> | <i>Nikita</i>        | Luc Besson     | Francia<br>Italia                                                  | 1990 |
| <i>Niños del domingo</i>     | <i>Söndagsbarn</i>   | Daniel Bergman | Suecia<br>Dinamarca<br>Finlandia<br>Islandia<br>Noruega<br>Francia | 1992 |
| <i>Parents</i>               | <i>Parents</i>       | Bob Balaban    | Canadá<br>EE. UU.                                                  | 1989 |
| <i>Pathfinder</i>            | <i>Ofelas</i>        | Nils Gaup      | Noruega                                                            | 1987 |
| <i>Simple men</i>            | <i>Simple men</i>    | Hal Hartley    | Italia<br>Reino Unido<br>EE. UU.                                   | 1992 |
| <i>Spotswood</i>             | <i>Spotswood</i>     | Mark Joffe     | Australia                                                          | 1991 |
| <i>Utz</i>                   | <i>Utz</i>           | George Sluizer | Alemania<br>Italia<br>Reino Unido                                  | 1992 |

**Fuente:** Elaboración propia

Al margen de los estrenos emitidos a las 22:00h, en *Canal Plus* también hubo estrenos cinematográficos a otras horas del día. Si bien es cierto que estas emisiones no supusieron ni la mitad del total de las películas estrenadas (Tabla 4), no por ello son irrelevantes, especialmente porque su presencia se mantuvo hasta el final de este primer periodo, es decir, fue un contenido que se estabilizó y obtuvo un espacio en la oferta de la cadena.

**Tabla 4: Número de estrenos cinematográficos por horas de emisión (1990-1993)**

| Temporada               | Emisión 22:00h | Otras horas | Estrenos totales |
|-------------------------|----------------|-------------|------------------|
| 90-91                   | 342            | 116         | 458              |
| 91-92                   | 364            | 93          | 457              |
| 92-93                   | 360            | 81          | 441              |
| <b>Estrenos totales</b> | 1.066          | 290         | 1.356            |

**Fuente: Elaboración propia**

Si se consultan los datos reflejados en la tabla 4, se puede observar la existencia de una clara, si bien paulatina, disminución en el número de películas estrenadas fuera de la franja de las 22:00h. Esta tendencia se debe, en gran medida, a la puesta en marcha del proceso de generación de una librería cinematográfica.

Al inicio del periodo, puesto que la cadena estaba empezando a funcionar, todas las películas que se retransmitían constituían un estreno cinematográfico, y se anunciaban como tal. Conforme el periodo fue avanzando, el número de estrenos que había realizado la cadena fue disminuyendo de forma que, hacia el final del periodo, en la temporada 92-93, las películas que se estrenaban fuera de las 22:00h eran fruto de una planificación y no de la necesidad: la cadena contaba con una librería cinematográfica que le permitía emitir películas a cualquier hora sin necesidad de que, continuamente, se tratase de un estreno.

Los estrenos cinematográficos que, tras la formación de la librería, prevalecieron fuera de la franja de las 22:00h, se correspondieron, mayoritariamente, a los estrenos cinematográficos de minorías, que ayudaron, por otra parte, a forjar el carácter diferenciador de la cadena.

#### **1.1.1. El cine de minorías**

Desde los inicios de sus emisiones, *Canal Plus* ofreció, en mayor o menor medida, variedad de géneros en sus películas en las diferentes franjas horarias. Tras unos meses de actividad, la cadena se dio cuenta de que la audiencia no solo respondía positivamente a dicha variedad, sino que, además, solicitaba un aumento de la misma.

Por ello, en marzo de 1991, ya avanzada la primera temporada, el canal trató de complacer a sus suscriptores mediante la división de su oferta cinematográfica en: cine convencional de masas (explicado anteriormente) y cine de minorías. Este último englobaba, según la propia cadena, los “diversos tipos de cine más o menos alejados de los circuitos de cine convencional” (*Canal Plus Revista*, 1991a, p. 6); es decir, películas para un público nicho.

Al mismo tiempo, las películas para minorías fueron agrupadas bajo el título de *Sesiones especiales* con el fin de facilitar al abonado la localización de este tipo de oferta. En el momento en el que esta oferta se anunció, se especificó que *Sesiones especiales* estaría conformado por seis tipos o géneros de películas: *Sesión especial cinéfilos*, *Sesión especial V.O.*, *Sesión especial de tarde*, *Sesión especial de terror*, *Sesión especial comedia rosa española* y *Sesión especial X* (*Canal Plus Revista*, 1991a, p. 6). Estas tres últimas fueron las más relevantes por ser las que aportaron mayor cantidad de estrenos al conjunto de la oferta cinematográfica.

Es necesario resaltar que, además de cubrir una demanda de la audiencia, las *Sesiones especiales* constituyeron un ingenioso e importante recurso para la cadena. Esta oferta de contenidos ayudó al *Grupo Prisa* a conocer mejor los intereses cinematográficos de la audiencia, lo cual le permitió, a posteriori, generar los canales de cine temático idóneos para impulsar su desarrollo, tal y como se explicará en apartados posteriores.

#### **a) Sesión especial de terror**

La *Sesión especial de terror*, dedicada a las películas de este género, fue un caso especial dentro de la oferta minoritaria. Hasta marzo de 1991, los estrenos de estas películas se reservaron, mayoritariamente, para la franja de madrugada. Sin embargo, cuando la cadena se percató de la respuesta favorable de los abonados a este contenido por medio de diversas encuestas, en marzo de 1991, la cadena expresó su intención de “emitir algunos pases de este tipo de cine en horas no de madrugada, siempre que el contenido del filme lo permita” (*Canal Plus Revista*, 1991a, p. 6).

Pero esto no era suficiente para los abonados que pedían más películas de este género y, sobre todo, que estas contasen con más estrenos fuera de la franja de madrugada. La cadena accedió a ello, de forma que, en abril de 1991, comunicó un aumento en el número

de estrenos de películas de terror y una modificación en el horario de emisión de la mayoría sus estrenos. No obstante, este último cambio suponía alteraciones en la selección de películas de terror retransmitidas, para que fueran vistas por un público más amplio:

A la vista de las opiniones recogidas, y en respuesta a la solicitud de los abonados, a partir del 1 de abril, cada mes se estrenarán, a las 22.00 h., dos películas de terror... La selección de estos largometrajes se hará desde ahora con la intención de que puedan ser vistos por públicos más amplios. (*Canal Plus Revista*, 1991d, p. 5)

Todas estas modificaciones y cambios se vieron reflejados de dos formas en la programación de la cadena. En primer lugar, conforme avanzaba el primer periodo, se produjo una clara tendencia hacia el aumento de la presencia de este tipo de películas en la parrilla. Mientras que la primera y segunda temporada contuvieron una cantidad similar de estrenos de películas de terror, 11 en la temporada 90-91 y 10 en la 91-92, la tercera incluyó 15 estrenos (Tabla 5). Este aumento fue fruto de una respuesta positiva por parte de la audiencia a este contenido en los dos primeros cursos.

**Tabla 5: Muestra de 5 películas de Sesión especial de terror (1990-1993)**

| <b>Título español</b>        | <b>Título original</b>       | <b>Director</b>   | <b>País/Países</b> | <b>Año</b> |
|------------------------------|------------------------------|-------------------|--------------------|------------|
| <i>Posesión infernal</i>     | <i>The Evil Dead</i>         | Sam Raimi         | EE. UU.            | 1981       |
| <i>Muñeco diabólico</i>      | <i>Child's Play</i>          | Tom Holland       | EE. UU.            | 1988       |
| <i>Ópera</i>                 | <i>Opera</i>                 | Dario Argento     | Italia             | 1987       |
| <i>Slugs, muerte viscosa</i> | <i>Slugs, muerte viscosa</i> | Juan Piquer Simón | España             | 1988       |
| <i>Tentación diabólica</i>   | <i>Def by temptation</i>     | James Bond III    | EE. UU.            | 1990       |

**Fuente: Elaboración propia**

En segundo lugar, al analizar las horas de emisión de los estrenos de estas películas, se observa un claro aumento de primeras emisiones realizadas a las 22:00h; 5 en la temporada 90-91, 9 en la 91-92 y 12 en la 92-93. Este cambio es consecuencia directa de las peticiones de los abonados, como se ha comentado, aunque, por otro lado, presenta una clara tendencia hacia la normalización del género en la parrilla, es decir, la emisión



de películas de terror capaces de atraer a un público más generalista y menos minoritario.

## **b) Sesión especial comedia rosa española**

La *Sesión especial comedia rosa española* se creó con la intención de presentar un espacio en el que emitir películas españolas. Concretamente, la idea original era dedicarlo exclusivamente a la denominada “comedia rosa española”; un tipo de producción cinematográfica española de la década de los 50 y 60 caracterizada por “un magnífico plantel de actores, unos directores conocedores de su oficio y unas historias que, vistas desde la perspectiva actual, son perfecto reflejo de un particular momento de nuestra historia” (*Canal Plus Revista*, 1991a, p. 6).

No obstante, esta propuesta resultaba restrictiva puesto que, con ella, la cadena se comprometía a emitir un tipo de película muy concreta que, a medio plazo, acabaría agotándose. Por ello, un mes después de que se anunciara la creación de este espacio, la cadena, en cierta forma, se retractó al renombrar este espacio como *Sesión especial de comedia española* (*Canal Plus Revista*, 1991c, p. 5). De esta forma, se abría la posibilidad de ofertar mayor cantidad de películas puesto que no se estaba limitando a sí misma a una época temporal concreta.

Sin embargo, a pesar de esta modificación, el espacio siguió siendo restrictivo debido a la necesidad de centrarse en un solo género: la comedia. Por ello, hacia el final de este primer periodo, a comienzos de la tercera temporada, el espacio fue renombrado otra vez. En esta ocasión se optó por denominarlo *Sesión especial de cine español* (*Canal Plus Revista*, 1992e, p. 38), de forma que en él tenían cabida numerosas películas producidas en España.

Todos estos cambios implicaban modificaciones en la oferta de contenidos que no siempre se realizaban al mismo tiempo; en algunas ocasiones el cambio en la oferta se producía antes que el resto. Esta cuestión se puede observar atendiendo a dos elementos concretos: el género de las películas y su año de producción.

Si se atiende a los datos reflejados en la tabla 6, se pueden ver los diferentes cambios de los géneros de las películas ofertadas en este espacio. Lo que comenzó en la primera temporada con un fuerte predominio del género de comedia, cambió paulatinamente en la segunda temporada hasta alcanzar, en la tercera, una situación en la que el género

dominante es el drama. Es decir, la temporada segunda anunció con sus contenidos la transición de este espacio, de ser uno centrado en la comedia, a ser uno abierto a otros géneros.

**Tabla 6: Número de películas españolas emitidas por temporada según el género (1990-1993)**

| <b>Género</b>   | <b>Temporada 90-91</b> | <b>Temporada 91-92</b> | <b>Temporada 92-93</b> |
|-----------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>Acción</b>   | 2                      | 1                      | 0                      |
| <b>Aventura</b> | 1                      | 0                      | 0                      |
| <b>Comedia</b>  | 10                     | 9                      | 8                      |
| <b>Crimen</b>   | 1                      | 2                      | 3                      |
| <b>Drama</b>    | 6                      | 13                     | 11                     |
| <b>Misterio</b> | 0                      | 0                      | 3                      |
| <b>Terror</b>   | 1                      | 0                      | 1                      |
| <b>Thriller</b> | 1                      | 3                      | 1                      |

**Fuente: Elaboración propia**

A este respecto cabe destacar que, como se puede observar en la tabla 6, en ningún momento del periodo se puede hablar de la existencia de una *Sesión especial comedia rosa española* o *Sesión especial de comedia española* puesto que, a pesar de la predominancia del género comedia en algunas temporadas, en ningún momento se trató del único género presente en este espacio. Es más, a partir de la segunda temporada, predominó el drama sobre cualquier otro género. Es decir, en base al género de las películas ofertadas, el contenido se adelantó a la proclama oficial de los cambios (clásico en los primeros pasos de cualquier programación televisiva).

Respecto al año de producción de las películas ofertadas en el espacio, se observa un progresivo proceso de evolución destinado a alcanzar una mayor diversidad (Tabla 7). En un primer momento, se emitían, predominantemente, producciones de la década de los 50 y 80. Al final de esta etapa inicial de la cadena, aunque siguiera existiendo un mayor número de producciones de los 80, ya se puede hablar de una mayor presencia de películas procedentes de otras décadas. El cambio de los contenidos acompañó a la modificación oficial del espacio.

**Tabla 7: Número de películas emitidas por temporada según la década de producción (1990-1993)**

| Temporada    | 1940 | 1950 | 1960 | 1970 | 1980 | 1990 |
|--------------|------|------|------|------|------|------|
| <b>90-91</b> | 0    | 7    | 2    | 2    | 11   | 0    |
| <b>91-92</b> | 0    | 1    | 13   | 4    | 10   | 0    |
| <b>92-93</b> | 4    | 5    | 1    | 5    | 9    | 3    |

**Fuente: Elaboración propia**

De esta forma, quedó establecido el espacio *Sesión especial de cine español*, destinado a satisfacer a aquella parte de la audiencia que deseaba ver variadas producciones españolas que no hubiesen sido estrenadas recientemente (Tabla 8); estas últimas se reservaban para ser emitidas a las 22:00h.

**Tabla 8: Muestra de 5 películas de *Sesión especial de cine español* (1990-1993)**

| Título español          | Director                | Año  |
|-------------------------|-------------------------|------|
| <i>Cambio de sexo</i>   | Vicente Aranda          | 1977 |
| <i>Caniche</i>          | Bigas Luna              | 1979 |
| <i>El baile</i>         | Edgar Neville           | 1959 |
| <i>El extraño viaje</i> | Fernando Fernán Gómez   | 1964 |
| <i>Maravillas</i>       | Manuel Gutiérrez Aragón | 1981 |

**Fuente: Elaboración propia**

Por último, cabe señalar que existen dos motivos, al margen de satisfacer los gustos de la audiencia, por los que se decidió crear este espacio. En primer lugar, como ya se ha explicado en el capítulo anterior, la cadena debía cumplir una cuota en sus emisiones cinematográficas: el 40% de las películas comerciales mensuales debían ser europeas y, de esas, el 50% debían ser españolas. Este espacio ayudaba a alcanzar dicho objetivo.

En segundo lugar, el *Grupo Prisa* poseía diversas empresas dentro del sector cinematográfico español (productoras, distribuidoras, etc.), lo cual implicaba que *Canal Plus* contaba con fácil acceso a películas españolas (Hopewell, 2001; Seoane & Sueiro, 2004, p. 473). Estas producciones, a su vez, podían ser promocionadas con mayor efectividad al ser retransmitidas por televisión. Es decir, la *Sesión especial de cine español* funcionaba como oferta para un público nicho, ayudaba a cumplir las cuotas

impuestas por la legislación y fomentaba la retroalimentación entre las compañías del *Grupo Prisa*.

### c) Sesión especial X

La *Sesión especial X* agrupaba las películas pornográficas emitidas por la cadena. Precisamente ese contenido hace que este espacio y esta oferta sean especialmente relevantes e interesantes dentro de la programación de la cadena.

Tal y como se ha explicado en el capítulo anterior, el género pornográfico no estuvo presente en la parrilla televisiva española hasta la aparición de *Canal Plus*, el cual lo incluyó en su oferta siguiendo los pasos de su predecesor francés. Debido a esa decisión, obtuvo, en sus inicios, numerosas críticas y problemas. Aunque, al mismo tiempo, todo ello servía para publicitar el canal y demostrar que su planteamiento era realmente diferenciador en relación con la competencia.

Toda esta situación se podría haber solucionado en cualquier instante de esta etapa inicial, especialmente en la primera temporada: *Canal Plus* podría haberse retractado y haber eliminado este género de su oferta. Sin embargo, en lugar de eso, la cadena reafirmó su apuesta por estas películas mediante la creación de la *Sesión especial X*.

Al conformar este espacio, se estaba reivindicando su espíritu diferenciador, transmitiendo un mensaje en el que manifestaba que sus contenidos eran variados, inesperados y exclusivos. Pero eso no es todo, todas estas *Sesiones especiales* se desarrollaron sobre la base de que el público aceptaba esos contenidos; por lo tanto, si este espacio se creaba era porque los suscriptores estaban satisfechos con la oferta, sin importar cuán polémica hubiese sido la apuesta inicial por las películas pornográficas.

Esta aceptación también se reflejó en las emisiones que se realizaron de este género. A lo largo de esta primera etapa el número de estrenos de películas pornográficas siguió una tendencia ascendente: 32 en la temporada 90-91, 41 en la 91-92 y 36 en la 92-93 (Tabla 9). Si bien es cierto que el número de estrenos disminuyó de la segunda a la tercera temporada, la cantidad de estrenos que hubo en esa última temporada fue superior a los que hubo en la primera; es decir, el contenido fue aceptado y se asentó dentro de la oferta regular.

**Tabla 9: Muestra de 5 películas de *Sesión especial X* (1990-1993)**

| <b>Título español</b>                   | <b>Título original</b>               | <b>Director</b> | <b>Año</b> |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|-----------------|------------|
| <i>Wild Goose Chase</i>                 | <i>Wild Goose Chase</i>              | John Stagliano  | 1991       |
| <i>Vacaciones europeas de Buttman's</i> | <i>Buttman's European Vacation 1</i> | John Stagliano  | 1991       |
| <i>New Sensations</i>                   | <i>New Sensations</i>                | David Cameron   | 1990       |
| <i>Speedster</i>                        | <i>Speedster</i>                     | Paul Thomas     | 1992       |
| <i>Sinderella 1</i>                     | <i>Sinderella 1</i>                  | Paul Thomas     | 1992       |

**Fuente: Elaboración propia**

Además del propio género al que estaba dedicado este espacio, *Sesión especial X* se diferenció del resto de sesiones para minorías por otro elemento: la regularidad. Mientras que el resto de espacios solo se comprometían, como mucho, a ofrecer un número concreto de emisiones cada mes, la *Sesión especial X* establecía, además, un horario casi regular para ello.

De septiembre de 1990 a mayo de 1991, todos los jueves se emitía una película pornográfica en horario de madrugada, sobre la 1:00h. Desde junio de 1991, la fecha de emisión cambió a los viernes, manteniendo la frecuencia de una emisión semanal en horario de madrugada. Este último horario fue el que se estableció como el definitivo el resto de esta primera etapa.

En lo que respecta a los otros tres espacios de *Sesiones especiales* anunciados en marzo de 1991 (*Sesión especial cinéfilos*, *Sesión especial V.O.* y *Sesión de tarde*), en general, no se trataba de una oferta memorable ni, en algunos casos, duradera en el tiempo.

La *Sesión especial cinéfilos* se planteaba como un espacio en el que emitir películas de “gran valor cinematográfico” (*Canal Plus Revista*, 1991a, p. 6). En la práctica, los contenidos que se englobaban en este espacio eran similares al resto de estrenos cinematográficos diarios, incluso en el horario de emisiones; la principal diferencia es que, al tratarse de un espacio para obras de “gran valor cinematográfico”, la cadena se permitía emitir películas que no hubieran sido estrenadas recientemente como, por ejemplo, *París, Texas* (Wenders, 1984).

Por su parte la *Sesión especial V.O.* era un espacio dedicado a la emisión de películas en versión original subtitulada. Esto suponía una novedad poco frecuente en la televisión española, que apelaba a los suscriptores más cinéfilos. No obstante, esta sesión no aportaba ningún estreno que aumentase la oferta cinematográfica de la cadena, puesto que se limitaba a la retransmisión en versión original subtitulada de películas que, en su mayoría, habían sido estrenadas previamente por la cadena en versión doblada en la sesión de las 22:00h. Por ejemplo, la película *Enrique V* (1989) de Kenneth Branagh fue emitida, por primera vez, el 27 de febrero de 1991 a las 22:00h y, posteriormente, fue emitida en versión original el 2 y el 15 de marzo de 1991, entre otros.

Finalmente, la *Sesión de tarde* pretendía crear un espacio por las tardes en el que se retransmitiera una película dirigida al público juvenil. Sin embargo, es dudoso que dicho objetivo se alcanzase, o incluso llegase a iniciarse, cuando en el horario de tarde no hay constancia de estrenos cinematográficos regulares en todo este periodo. Sí que se emitían películas en horario de tarde, pero se trataba de redifusiones de películas que, previamente, habían sido estrenadas en otros horarios y, por tanto, no estaban pensadas para atraer únicamente al público juvenil. Por ejemplo, la película *Loca academia de policía* (Wilson, 1984) fue emitida por primera vez el 9 de abril de 1991 a las 22:00h. Más tarde, fue emitida el 24 de abril de 1991 dentro de *Sesión de tarde*.

Estos tres espacios de *Sesiones espaciales*, si bien estaban pensados para satisfacer, en mayor o menor medida, a un público nicho, no llegaron a aportar estrenos de películas a la oferta regular de la cadena. Todos ellos se nutrían de contenidos previamente estrenados en otros días y horarios, es decir, de reemisiones de películas. Con ello intentaban sacar la máxima rentabilidad posible a la limitada librería cinematográfica de la que disponían en ese momento.

#### **1.1.1.2. La multidifusión**

Como se ha podido ver, los estrenos cinematográficos fueron planeados cuidadosamente con el objetivo de conformar una oferta novedosa, variada y atractiva para sus diversos suscriptores. Sin embargo, para que toda esa selección de películas pudiera ser verdaderamente exitosa para la cadena, era necesario que fuera vista por los abonados que pagaban por ella.

Ese era un reto derivado, principalmente, de los horarios de emisión de las películas cuya solución ya se había desarrollado e implementado en Francia: la multidifusión. Como se ha explicado en el capítulo anterior, la multidifusión era un concepto diseñado por *Canal Plus* con el que se hacía referencia a la redifusión de películas en diferentes días y horarios con el fin de facilitar al máximo las posibilidades del abonado de visionar su oferta cinematográfica y, en ocasiones, documental.

A diferencia de un mero sistema de redifusión, como podría encontrarse en otros canales, la multidifusión se basaba en un sistema por el cual se establecía un número concreto de emisiones repetidas a lo largo de un periodo concreto, de forma que el abonado fuera consciente del número de oportunidades que tenía para ver una película concreta.

Su efectividad y aceptación entre los abonados de *Canal Plus* España fue rápida e innegable:

En la actualidad, los estrenos de las 22.00 h. son vistos, como media, en un 24% de los hogares abonados. Las películas de mayor éxito pueden alcanzar, sin embargo, a lo largo de sus ocho emisiones, hasta un 90% de la audiencia. Esto quiere decir que la mayor parte de los abonados a Canal+ ven las películas en la multidifusión. (*Canal Plus Revista*, 1991c, p. 4)

Al mismo tiempo, esta primera etapa fue utilizada por la cadena para establecer el sistema de multidifusión más apropiado y mejor adaptado a sus suscriptores. Para ello, el canal llegó a implantar dos modelos de multidifusión diferentes. El primero se utilizó durante la temporada 90-91, y se basaba en realizar ocho emisiones diferentes en un periodo de, aproximadamente, tres meses:

Cada vez que una película se estrena en Canal+ se ofrece a las 22.00 h., salvo algunas excepciones (cine X, sesiones especiales cinéfilos y sesiones especiales comedia española). Todos los días del año Canal+ estrena en su cartelera un filme diferente, como mínimo. A partir del instante del estreno comienza el desarrollo de la multidifusión. En los siguientes 21 días, la película se emite seis veces en horarios

distintos. Por último, aproximadamente dos meses después del primer pase, la película vuelve a emitirse en el último pase. (*Canal Plus Revista*, 1991c, p. 5)

El segundo modelo se estableció en la temporada 91-92. Era bastante similar al primero en lo que respecta al número de emisiones de las películas y al tiempo en el que se realizaban las mismas, lo que variaba era la distribución en el tiempo de esas emisiones:

A partir de ahora, el pase de los filmes se prolongará un poco más en el tiempo. Después de cada estreno, el mismo largometraje se podrá ver en distintos horarios dos veces en esa misma semana. A partir de ese instante, los pases siguientes se ofrecerán en un plazo aproximado de diez o doce días. Entre el primero y el octavo pase -el último- habrá un máximo de once semanas. (*Canal Plus Revista*, 1991, p. 36)

En la práctica, ninguno de estos dos modelos se aplicó tal y como se anunció que se haría, puesto que el número de redifusiones de las películas no siempre fue ocho. Mayoritariamente, los largometrajes se emitían ocho veces a lo largo de las diferentes temporadas. No obstante, su número de redifusiones a lo largo de ese primer periodo varió entre una y diecisiete; es decir, hubo películas que se llegaron a retransmitir menos de ocho veces, mientras que otras lo hicieron en una mayor cantidad, por ejemplo, *Lady Halcón* (Donner, 1985) se emitió hasta once veces en la temporada 90-91.

Por último, cabe señalar que, al igual que sucedía con el horario de estreno de emisión de las películas, no todas recibían el mismo tratamiento a la hora de aplicar la multidifusión. Parte importante del cine para minorías, concretamente el cine pornográfico y las sesiones de cine español, contaban con otro ritmo de multidifusión (*Canal Plus Revista*, 1991c, p. 5). En ambos casos, el número de redifusiones rara vez superaba las cinco, siendo la media entre una y dos emisiones. Todo ello implicaba, a su vez, una mayor variedad de contenidos a riesgo de que estos no fuesen disfrutados por una mayoría de los suscriptores.



### **1.1.2. Los cortometrajes y las series de ficción: establecimiento de la ficción más allá del cine**

Tal y como se ha explicado, aunque el cine constituyó un importante elemento en la parrilla de *Canal Plus* España, las películas no fueron el único contenido de ficción de la cadena. En este primer periodo, *Canal Plus* España probó, y finalmente estableció, al cortometraje y a las series de ficción como complementos a la oferta cinematográfica.

Aunque ambos contenidos fueron relevantes en el conjunto de la oferta, las series destacaron por encima de los cortometrajes por su mayor duración y presencia en la parrilla programática. De hecho, la programación de los cortometrajes se puede entender como el posicionamiento de un elemento de transición entre el resto de la oferta de la cadena con el que se intentaba impresionar al espectador. Su presencia fue especialmente relevante durante la primera etapa puesto que cubrían los huecos que podían surgir en las emisiones debido a la corta trayectoria del canal, que le privaba de una amplia librería y de una parrilla completamente consolidada.

Habitualmente estas piezas se emitían de forma conjunta dentro de programas específicos, los cuales no tenían horarios de retransmisión concretos. El primero de estos espacios que se creó, y el más longevo, fue *Piezas* (1990-2005); posteriormente, en la segunda temporada, surgió *Zona de Piezas* (1991-1993), aunque desapareció tras la tercera temporada, cuando el canal contenía una parrilla más consolidada. También, durante un breve periodo de la primera etapa, se emitió el espacio *El almanaque de Canal+* (1992):

Los abonados encontrarán que *El almanaque de Canal+* invade su cadena entre los espacios más dispares: antes del cine o de la información meteorológica, en medio de un espacio deportivo, musical o entre las series de mayor audiencia, ya sea por la mañana o por la tarde. (*Canal Plus Revista*, 1992a, p. 5)

Ocasionalmente, había cortometrajes que se retransmitían de manera individual, al margen de estos programas. En este primer periodo cabe destacar la emisión de *Inside out* (Reiner et al., 1991), una serie de cortometrajes eróticos y pornográficos realizada por *Playboy*. La serie estuvo presente durante la temporada 91-92 y, debido a su contenido

no apto para todos los públicos, fueron programados en horario nocturno y de madrugada.

Por el contrario, las series de ficción ocupaban espacios concretos y periódicos dentro de la parrilla, que facilitaban su seguimiento por parte del abonado. Su oferta se dividía en dos grandes grupos en función del público al que estuvieran dirigidas. Por una parte, estaban las series de ficción infantiles, compuestas mayoritariamente por contenidos de animación. Por otro lado, se encontraban el resto de series de ficción, pensadas para todos los públicos, y no específicamente para los niños.

En términos cuantitativos, no existió una presencia similar entre estos dos tipos de series, al menos durante esta primera etapa. En este periodo inicial se emitieron un total de 97 series diferentes, de las cuales, 53 fueron infantiles (Tabla 10) y, 44 para todos los públicos (Tabla 11).

**Tabla 10: Muestra de 20 series infantiles (1990-1993)**

| <b>Título español</b>       | <b>Título original</b>              | <b>País/Países</b>                   | <b>Años</b> |
|-----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-------------|
| <i>¿Dónde está Wally?</i>   | <i>Where's Waldo?</i>               | EE. UU.<br>Reino Unido               | 1991        |
| <i>Babar</i>                | <i>Babar</i>                        | Canadá<br>Francia                    | 1989-2002   |
| <i>Beetlejuice</i>          | <i>Beeetlejuice</i>                 | Canadá<br>EE. UU.<br>China<br>Taiwán | 1989-1991   |
| <i>Benito y Cecilio</i>     | <i>Beany and Cecil</i>              | EE. UU.                              | 1988        |
| <i>David, el gnomo</i>      | <i>David, el gnomo</i>              | España                               | 1985        |
| <i>El hombre tigre</i>      | <i>Taigâ masuku</i>                 | Japón                                | 1969-1971   |
| <i>El príncipe valiente</i> | <i>The Legend of Prince Valiant</i> | EE.UU.<br>Alemania<br>Francia        | 1991-1994   |
| <i>Galaxy Express 999</i>   | <i>Ginga tetsudô Three-Nine</i>     | Japón                                | 1978-1981   |
| <i>Inspector Gadget</i>     | <i>Inspector Gadget</i>             | Francia<br>Canadá<br>Japón<br>Taiwán | 1983-1986   |
| <i>La aldea del arce</i>    | <i>Maple Town monogatari</i>        | Japón                                | 1986-1988   |

|                                   |                                       |                                                                                                  |           |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>La familia Adams</i>           | <i>The Addams Family</i>              | EE.UU.                                                                                           | 1992-1993 |
| <i>Los gatos samuráis</i>         | <i>Samurai Pizza Cats</i>             | Francia                                                                                          | 1990-1991 |
| <i>Los guerreros sobre ruedas</i> | <i>Jayce and the Wheeled Warriors</i> | Francia<br>Canadá<br>EE. UU.<br>Japón                                                            | 1985-1986 |
| <i>Los mundos sumergidos</i>      | <i>Les mondes engloutis</i>           | Francia                                                                                          | 1985-1987 |
| <i>Los vengadores tóxicos</i>     | <i>Toxic Crusaders</i>                | EE.UU.                                                                                           | 1991-1993 |
| <i>Max en la Casa Blanca</i>      | <i>Capitol Critters</i>               | EE. UU.                                                                                          | 1992-1995 |
| <i>Peter Pan y los piratas</i>    | <i>Peter Pan and the Pirates</i>      | EE. UU.<br>Japón<br>Australia<br>Taiwán<br>Filipinas<br>Canadá<br>Corea del Sur<br>Nueva Zelanda | 1990-1991 |
| <i>Popeye e hijo</i>              | <i>Popeye and Son</i>                 | EE. UU.                                                                                          | 1987      |
| <i>Tiranosaurus Rex</i>           | <i>The Adventures of T-Rex</i>        | EE. UU.<br>Japón                                                                                 | 1992      |
| <i>Widget</i>                     | <i>Widget, the World Watcher</i>      | EE. UU.                                                                                          | 1990      |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Muestra de 20 series para todos los públicos (1990-1993)

| Título español                    | Título original                | País/Países | Años      |
|-----------------------------------|--------------------------------|-------------|-----------|
| <i>Alf</i>                        | <i>Alf</i>                     | EE. UU.     | 1986-1990 |
| <i>Capital News</i>               | <i>Capital News</i>            | EE. UU.     | 1990      |
| <i>Cuentos desde la oscuridad</i> | <i>Tales from the Darkside</i> | EE. UU.     | 1983-1988 |
| <i>Deja la sangre correr</i>      | <i>Let the Blood Run Free</i>  | Australia   | 1990-1993 |
| <i>Eerie, Indiana</i>             | <i>Eerie, Indiana</i>          | EE. UU.     | 1991-1992 |
| <i>El show de Betty White</i>     | <i>The Betty White Show</i>    | EE. UU.     | 1977-1978 |
| <i>FM</i>                         | <i>FM</i>                      | EE. UU.     | 1989-1990 |
| <i>Hale y Pace</i>                | <i>Hale and Pace</i>           | Reino Unido | 1986-1998 |
| <i>La odisea</i>                  | <i>The Odyssey</i>             | Canadá      | 1992-1994 |

|                                            |                               |             |           |
|--------------------------------------------|-------------------------------|-------------|-----------|
| <i>La oficina del fiscal</i>               | <i>Foley Square</i>           | EE. UU.     | 1985–1986 |
| <i>La pandilla plumilla</i>                | <i>Press Gang</i>             | Reino Unido | 1989-1993 |
| <i>Las tribulaciones del Juez Franklin</i> | <i>The Tony Randall Show</i>  | EE. UU.     | 1976-1978 |
| <i>Los primeros de la clase</i>            | <i>Head of the Class</i>      | EE. UU.     | 1986-1991 |
| <i>Newhart</i>                             | <i>Newhart</i>                | EE. UU.     | 1982-1990 |
| <i>On the air</i>                          | <i>On the air</i>             | EE. UU.     | 1992      |
| <i>Pichón, agente secreto</i>              | <i>The Piglet Files</i>       | Reino Unido | 1990–1992 |
| <i>Puente de Brooklyn</i>                  | <i>Brooklyn Bridge</i>        | EE. UU.     | 1991-1993 |
| <i>Se vende Hitler</i>                     | <i>Selling Hitler</i>         | Reino Unido | 1991      |
| <i>Smith &amp; Jones</i>                   | <i>Alas Smith &amp; Jones</i> | Reino Unido | 1984-1998 |
| <i>Televisión líquida</i>                  | <i>Liquid Television</i>      | EE. UU.     | 1991-1994 |

**Fuente: Elaboración propia**

Como puede observarse en la tabla 12, las infantiles mantuvieron su presencia en la parrilla sin destacadas variaciones entre las tres temporadas. Sin embargo, las otras series contaron con una relativa escasa presencia inicial que, progresivamente, fue incrementando.

**Tabla 12: Tipo de serie emitida según temporada (1990-1993)**

| <b>Temporada</b>      | <b>Infantiles</b> | <b>Para todos los públicos</b> |
|-----------------------|-------------------|--------------------------------|
| <b>90-91</b>          | 24                | 17                             |
| <b>91-92</b>          | 28                | 27                             |
| <b>92-93</b>          | 28                | 30                             |
| <b>Series totales</b> | 53                | 44                             |

**Fuente: Elaboración propia**

Estas disparidades se originaron, en gran medida, en la marcada apuesta inicial que se realizó por las series infantiles, pero no por las otras series de ficción. En la primera temporada, el número de emisiones semanales de las series para todos los públicos fue menor que el de las series infantiles. Una diferencia que se incrementó en momentos específicos de la temporada en los que el público infantil adquirió una especial relevancia, como por ejemplo Navidad o Semana Santa (*Canal Plus Revista*, 1991p, p. 4).

Esta apuesta inicial por el contenido infantil muestra la intencionalidad de la cadena

de presentarse como un espacio, en cierta forma, familiar, en el que los más pequeños contaban con una oferta variada y programada en un horario conveniente para ellos; es decir, en las franjas de mañana, sobremesa y tarde, evitando las horas lectivas de lunes a viernes. En última instancia, esta acción tenía por objetivo atraer como suscriptores a familias con niños pequeños (*Canal Plus Revista*, 1991i, p. 29).

Comparativamente, las series para todos los públicos hicieron una primera aparición modesta, aunque su presencia fue incrementando progresivamente hasta el final de este periodo. Este cambio de actuación se inició a finales de la primera temporada, cuando la cadena percibió la respuesta favorable de los suscriptores a ciertas series: “Comprobada la gran aceptación que despiertan las telecomedias entre la audiencia de televisión, hemos querido renovar nuestra programación con el fin de presentarles lo que consideramos un amplio abanico de las mejores series existentes en el mercado” (*Canal Plus Revista*, 1991e, p. 5).

A consecuencia de ello, a inicios de la siguiente temporada, la cadena comunicaba un aumento de la oferta de las series de ficción, concretamente, de la telecomedia o *sitcom*, un tipo de producción de marcado carácter familiar que se estableció como la serie predilecta del canal (*Canal Plus Revista*, 1991k, p. 33). Esto último es especialmente relevante porque ese tipo de series tiene una duración media de entre 20 y 30 minutos, lo que implica una mayor facilidad a la hora de programarlas, por no necesitar demasiado espacio en parrilla, haciendo más sencillo el emitir más cantidad de contenido que se puede convertir en un aumento del número de series diferentes retransmitidas, tal y como sucedió.

Además de todo esto, la disparidad entre la cantidad de series emitidas de ambos tipos también se vio influida por otro factor. En líneas generales, las series infantiles escogidas tendían a ser menos extensas, es decir, estaban conformadas por menos temporadas que, a su vez, contenían menos episodios, que en el caso de las series para todos los públicos.

Dos claros ejemplos de esta situación son las series *El ataque de los tomates asesinos* (De Bello et al., 1990-1991), serie infantil, y *Alf* (Brillstein & Patchett, 1986-1990), serie para todos los públicos. Mientras que la serie infantil contiene dos temporadas de 13 y 8 capítulos (21 capítulos en total), la serie para todos los públicos está conformada por cuatro temporadas de 26 y 24 capítulos (102 capítulos en total). Claramente la serie

infantil es menos extensa, algo frecuente en las series infantiles ofertadas, lo que implica una mayor variedad de series de este tipo en la parrilla para evitar una repetición excesiva de contenidos, algo que si se hacía en las cadenas generalistas de entonces (Paz Rebollo & Vicent Ibáñez, 2022).

Al margen de todo esto, en el conjunto de la oferta de ficción de la cadena, las series se posicionaron como un elemento importante tanto a nivel promocional del género en sí, como a nivel de atracción de nuevos suscriptores. Ello se debió, en gran medida, a que las series se establecieron como el contenido de ficción con mayor presencia en las emisiones en abierto, lo que les aportó un claro rol publicitario.

Por ello, estas series tendieron a ser producciones recientes, lo que permitía reflejar la filosofía de la cadena con respecto a su oferta cinematográfica. Ejemplo de ello fueron las series *Capital News* (Tinker & Williams, 1990), la cual fue retransmitida durante la temporada 90-91, o *Max Glick* (Foster et al., 1990-1992), presente en las parrillas de las temporadas 91-92 y 92-93. Aunque, durante este periodo, también se emitieron series más antiguas, como *El show de Betty White* (Ellison et al., 1977-1978), debido a la carencia de una librería de contenidos ya establecida.

Esto aportaba, además, un claro elemento diferenciador a la oferta de series de *Canal Plus* frente a la del resto de cadenas privadas de reciente creación (*Antena 3* y *Telecinco*), las cuales habían recurrido, en esos primeros años, a “la reposición de series internacionales de poca actualidad y ya emitidas anteriormente por RTVE” (Fernández-Ramírez & McGowan, 2020, p. 548).

Esta decisión programática se instauró en esta primera etapa y su evolución en el tiempo se puede ver claramente reflejada en sus emisiones. Si se analizan el tipo de emisiones de este contenido que se realizaron durante estas tres primeras temporadas, se puede observar cómo existe una interesante variación a lo largo de las mismas (Tabla 13).

**Tabla 13: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1990-1993)**

| <b>Temporada</b> | <b>Emisión abierta</b> | <b>Emisión codificada</b> | <b>Emisión mixta</b> |
|------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|
| <b>90-91</b>     | 24                     | 14                        | 3                    |
| <b>91-92</b>     | 25                     | 28                        | 1                    |
| <b>92-93</b>     | 39                     | 18                        | 1                    |

**Fuente: Elaboración propia**

La primera temporada programó un mayor número de series en abierto que en codificado, en una clara apuesta inicial por ofertar las series predominantemente en abierto. Esta apuesta se replicó, incrementó y asentó en la última temporada, donde se produjo un claro aumento de los contenidos en abierto respecto a la primera temporada. No obstante, en la segunda temporada, esta tendencia no se repitió puesto que las emisiones en codificado superaron, ligeramente, a las emisiones en abierto. Es decir, la cadena probó a emitir este contenido mayoritariamente en codificado, pero el resultado no fue tan satisfactorio como para mantenerlo.

## **1.2. Contenidos deportivos**

El deporte fue, junto con la ficción, el otro gran elemento de la programación de *Canal Plus* España. En el centro de la oferta de estos contenidos se situaron las retransmisiones deportivas y, como complemento a estas, se generaron diferentes programas deportivos que mezclaban información y entretenimiento.

Durante este primer periodo, el objetivo primordial de la cadena fue concretar con exactitud qué eventos deportivos eran demandados por sus suscriptores, es decir, qué era aquello por lo que estaban dispuestos a pagar. Para ello, el canal partió de la apuesta más segura posible, la Primera División de Liga española de fútbol, a la cual se sumaron otras competiciones futbolísticas, y diversas prácticas deportivas como el boxeo.

Cabe señalar que, al igual que ocurría con la ficción, todo lo aprendido en este momento sobre las inclinaciones deportivas de los suscriptores, no solo sirvió para generar una oferta deportiva robusta a largo plazo para la cadena, sino, también, para configurar los canales deportivos temáticos adecuados para la futura expansión televisiva del *Grupo Prisa*.

### **1.2.1. El fútbol: liga española, italiana e inglesa**

De entre todas las prácticas deportivas existentes, el fútbol ha sido, desde hace tiempo, la más importante a nivel televisivo en España, por la capacidad que ha demostrado de generar altas concentraciones de audiencia. Por ello, desde los inicios,

*Canal Plus* España utilizó este deporte como uno de sus principales reclamos.

A lo largo de esta prima etapa se construyó la oferta de fútbol básica que perduró toda la vida del canal, y que sufrió puntuales variaciones en función de la situación de los derechos de emisión en cada momento. En el centro de esta oferta, estableciéndose como el contenido más importante, se situaron las retransmisiones de Primera División de la Liga española de fútbol.

Como ya se ha explicado, *Canal Plus* España negoció, de forma conjunta con *Forta*, los derechos de emisión de esta competición hasta 1998, es decir, durante 8 temporadas. Dicha negociación incluía un reparto en el proceso de retransmisión de los encuentros en cuestión: *Forta* emitiría encuentros en directo los sábados, y *Canal Plus* España lo haría los domingos por la tarde (Alonso González, 1999, p. 367).

Partiendo de este acuerdo, *Canal Plus* España programó un partido de Primera División de la Liga española todos los domingos por la tarde. Durante gran parte de la primera temporada, hasta abril de 1991, dicho partido se retransmitía en horario de 17:00h a 19:00h. Sin embargo, a partir de mayo de 1991, dicho horario cambió y pasó a ser una emisión de 19:00h a 21:00h; este fue el horario que se estableció como el definitivo el resto de esta primera etapa (aunque siempre hubo algún encuentro que, de forma excepcional, no se emitía ni ese día ni a esa hora).

Respecto a la retransmisión de estos encuentros, es necesario destacar dos cuestiones. La primera ya ha sido mencionada: el espacio *Previo*. Este breve espacio, de entre 15 y 30 minutos, que se emitía justo antes de los encuentros deportivos y servía para situar al espectador antes del partido, nació con la retransmisión del primer encuentro de la Liga en *Canal Plus* España, el 16 de septiembre de 1990, y se convirtió en un clásico inamovible del canal.

En segundo lugar, es pertinente mencionar que gran parte de la importancia de estas emisiones no residió solo en los partidos en sí, sino en la forma en la que estos eran retransmitidos: en su realización. Durante esta primera etapa, la cadena fue introduciendo diferentes mejoras tecnológicas con el fin de ofrecer una mayor calidad en los encuentros y, al mismo tiempo, estableciendo un importante factor diferenciador con respecto a los otros canales (Sánchez-Cid et al., 2020, p. 833).

Este fue un proceso de evolución que se inició con la primera retransmisión



futbolística, el 18 de agosto de 1990, con las emisiones en pruebas. En ese momento se optó por utilizar “ocho cámaras, dos microcámaras y una cámara aislada, que permitirán ofrecer imágenes desde todos los ángulos” (*El País*, 1990a).

**Figura 1: Disposición del equipo técnico de retransmisión, temporada 92-93**



**Fuente: (*Canal Plus Revista*, 1992f, p. 8)**

Posteriormente, en la segunda temporada, se añadió “una nueva cámara lenta de alta definición denominada ‘Super Slow Mottion’... una minicámara aérea situada en el área de los porteros... [y] el *Lápiz electrónico*” (*Canal Plus Revista*, 1991n, pp. 6-7), con el que analizar las jugadas en el descanso de los partidos. Finalmente, en la tercera temporada se contaba con un despliegue total de 17 cámaras en el campo (Figura 1), entre las que destaca el *travelling* en la banda, futuro icono del fútbol de *Canal Plus*. Todo ello supuso un gran contraste ante la habitual dotación de un máximo de 6 cámaras empleado

para retransmitir este tipo de eventos en España en el resto de cadenas (Sánchez-Cid et al., 2020, pp. 829-831).

Sin embargo, la oferta futbolística de *Canal Plus* España no se limitó a la retransmisión de los partidos de la Liga, también programó otras competiciones extranjeras. En este sentido, cabe diferenciar entre dos tipos de retransmisión. Por un lado, estaban las emisiones que permitían al espectador seguir el desarrollo de toda la competición (como en el caso de la Liga) y, por otro, aquellas que solo emitían unos pocos encuentros de las competiciones.

Del primer tipo de retransmisión, la cadena ofertó, en esta etapa inicial, dos competiciones: la liga italiana (Serie A) y la liga inglesa (Premier League). La liga italiana formó parte del contenido del canal desde la primera temporada, al igual que la Liga española. Los partidos de la liga italiana también se retransmitían los domingos, aunque su horario de emisión fue algo cambiante.

Durante la primera temporada, 90-91, los encuentros de la liga italiana se retransmitieron en tres horarios diferentes: de 20:00h a 22:00h desde septiembre hasta enero, de 23:30h a 1:00h y de 00:00h a 1:30h desde febrero hasta final de la liga. Sin embargo, los abonados estaban descontentos con estos horarios, por lo que la cadena realizó cambios: “el fútbol italiano, por deseo expreso de nuestros abonados, pasa a emitirse tras el partido de Liga española en lugar de darse por la noche, como ocurría el año pasado” (*Canal Plus Revista*, 1991g, p. 7).

En la segunda temporada (91-92), la retransmisión de la liga italiana se situó los domingos a las 21:00h, tras el partido de la Liga española y, durante todo el mes de septiembre de 1991, eso se cumplió. No obstante, que el partido comenzase a las 21:00h implicaba que la retransmisión debía terminar a las 22:00h para que se pudiera emitir la película de estreno del domingo. Como consecuencia, solo se emitían 60 minutos del partido, es decir, la retransmisión era incompleta.

Esa fue una importante motivación por la que, en octubre de 1991, la cadena decidiera modificar, nuevamente, la hora de emisión de los partidos de la liga italiana de fútbol. En esta ocasión se optó por programar la retransmisión en la franja de la sobremesa, entre las 14:25h y las 18:00h, como muy tarde. Este horario fue el que se mantuvo el resto de la segunda temporada y, también, se instauró en la tercera temporada (92-93).

En lo que respecta a la liga inglesa de fútbol, esta hizo su aparición oficial al final de esta primera etapa, en la temporada 92-93. A diferencia de las ligas italiana y española, los encuentros de la liga inglesa se programaron los sábados, de 16:00h a 18:00h, a excepción del mes de octubre de 1992, cuando se realizó la emisión de 15:00h a 17:00h. Con la inclusión de la liga inglesa en su oferta, *Canal Plus* España se aseguraba la retransmisión de encuentros futbolísticos todo el fin de semana.

Por otro lado, además de estas tres ligas (italiana, inglesa y española), la cadena también retransmitió otro tipo de encuentros futbolísticos; algunos eran partidos amistosos y otros pertenecientes a diversos campeonatos. Estas retransmisiones, a diferencia de las de las ligas, eran “puntuales” en el sentido de que se trataba de ciertos encuentros relevantes que se emitían de forma aislada, es decir, sin los partidos que habían precedido a ese encuentro concreto.

En esta primera etapa, se emitieron partidos de hasta nueve competiciones diferentes: Copa de la UEFA, Eurocopa, Charity Shield, Trofeo Villa de Madrid, Segunda División de la Liga española, XVIII Copa de África de fútbol, Liga de fútbol brasileña, Mundial de fútbol 1994 y *Desafío Canal+*. En conjunto, se retransmitieron un total de 327 encuentros futbolísticos: 100 en la temporada 90-91, 101 en la 91-92 y 126 en la 92-93. Resulta interesante destacar que toda esta variedad de competiciones no estuvo presente en toda la etapa inicial.

En base a todo ello se puede observar cómo la diversidad de competiciones que se programaron en este periodo presenta un cierto aumento de la primera a la segunda temporada, aunque se reduce considerablemente en la tercera temporada. Este hecho puede ser consecuencia de la inclusión de la liga inglesa en la oferta futbolística regular en la última temporada, que aumentaba el número de contenidos futbolísticos regulares con los que contaba la cadena.

Finalmente, antes de concluir este apartado, es necesario explicar qué fue el *Desafío Canal+*, puesto que no se trata de una competición ampliamente conocida. *Desafío Canal+* fue una apuesta de la cadena consistente en enfrentar, en fútbol y baloncesto, a las principales entidades deportivas del país: Real Madrid y Barcelona. Se trató de un evento único y exclusivo, en el cual la cadena desembolsó una cantidad considerable de dinero, que existió solo durante esta primera etapa como elemento de atracción y retención de abonados:

*Desafío Canal+* es un enfrentamiento integral entre los dos clubes [Real Madrid y Barcelona] que se desarrollará a lo largo de esta temporada, con ocho encuentros (cuatro en Madrid y cuatro en Barcelona) a celebrar entre sus distintas secciones de fútbol y baloncesto, y que será retransmitido por la mencionada cadena privada de televisión [*Canal Plus*], que pagará a cada entidad 275 millones de pesetas. La duración del contrato es por tres temporadas. (*El País*, 1990c)

### **1.2.2. La otra oferta deportiva: prácticas deportivas más allá del fútbol**

Con las retransmisiones futbolísticas, *Canal Plus* España asentaba las bases de una oferta deportiva sólida al atraer, con ellas, una mayoría importante de espectadores seguidores de este evento. Sin embargo, solo retransmitir encuentros futbolísticos suponía desatender a esos otros aficionados al deporte que se interesaban por otras disciplinas, como el baloncesto o el boxeo.

Para que la cadena realmente estableciera el deporte como un elemento básico de su programación, debía ofertar variedad de disciplinas que resultasen atractivas para los aficionados al deporte. En concreto, la cadena retransmitió eventos deportivos de nueve disciplinas diferentes durante su etapa inicial, aunque no todas las temporadas contaron con el mismo número.

En la primera temporada se emitieron encuentros de boxeo, golf, sumo, rugby, baloncesto y atletismo. En la segunda temporada hubo retransmisiones de boxeo, golf, sumo, rugby, fútbol 7 y automovilismo. Y en la tercera temporada se emitieron eventos de boxeo, golf, fútbol americano, rugby, baloncesto y fútbol 7. Respecto a estos últimos cabe resaltar que, en el caso del baloncesto, esta tercera temporada incluyó por primera vez encuentros de la NCAA (Liga Universitaria Americana de Baloncesto), cuyos derechos fueron adquiridos en enero de 1993, y que precedieron a la llegada de la NBA en el siguiente periodo (Astorga, 2016).

Todos estos cambios de introducción y desaparición de disciplinas deportivas a la oferta de la cadena eran consecuencia de dos cuestiones. Por un lado, de la propia audiencia, es decir, la cadena no podía predecir por completo la reacción de sus suscriptores respecto a sus emisiones, por lo que, si un deporte no recibía la aceptación esperada, desaparecía de la parrilla. Por otro lado, la posibilidad de emitir eventos

deportivos estaba supeditada a la previa obtención de los derechos de emisión, los cuales podían no estar disponibles.

Dos claros ejemplos de esta última cuestión se pueden encontrar en el boxeo y en el golf. En el boxeo la cadena obtuvo, entre otros, los derechos de retransmisión, en exclusiva, de los combates de Holyfield y Tyson durante estas tres primeras temporadas (*Canal Plus Revista*, 1991m, p. 28, 1992d, p. 9). En el golf, la cadena consiguió, entre otros, los derechos de emisión del *Grand Slam*: “Hemos conseguido los derechos de retransmisión de los cuatro torneos del Gran Slam porque TVE no pagaba” (*Canal Plus Revista*, 1992d, p. 9).

No obstante, toda esta variedad de disciplinas resultaba irrelevante si los encuentros no eran seleccionados adecuadamente. No se puede olvidar que *Canal Plus* España era, en última instancia, una cadena generalista, es decir, ofrecía contenidos variados y no especializados en un solo género. Por tanto, era inviable para el canal retransmitir una gran variedad de disciplinas a la par que emitir las competiciones deportivas de forma íntegra: debía ser selectiva.

Por ejemplo, las emisiones de fútbol americano de la temporada 92-93 estaban conformadas por encuentros de la principal liga de fútbol americano de Estados Unidos, la *NFL*, cuya temporada culmina con la *Super Bowl*. Otro ejemplo es el rugby, las emisiones de este deporte consistieron, principalmente, en la retransmisión del *Torneo de las Cinco Naciones*, una de las competiciones más apreciadas de este deporte, en la que se enfrentan Inglaterra, Gales, Irlanda, Escocia y Francia (en el 2000 Italia se unió a esta competición).

**Tabla 14: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1990-1993)**

| Deporte                 | Temporada 90-91 | Temporada 91-92 | Temporada 92-93 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Atletismo</b>        | 1               | 0               | 0               |
| <b>Automovilismo</b>    | 0               | 1               | 0               |
| <b>Baloncesto</b>       | 4               | 0               | 5               |
| <b>Boxeo</b>            | 54              | 63              | 68              |
| <b>Fútbol 7</b>         | 0               | 3               | 3               |
| <b>Fútbol americano</b> | 0               | 0               | 31              |
| <b>Golf</b>             | 4               | 17              | 21              |

|              |    |    |    |
|--------------|----|----|----|
| <b>Rugby</b> | 4  | 12 | 11 |
| <b>Sumo</b>  | 28 | 11 | 0  |

**Fuente: Elaboración propia**

Todas estas cuestiones quedan reflejadas en la tabla 14, en la que se muestra el número de emisiones que se realizaron de cada disciplina deportiva en cada temporada de la primera etapa.

Esta oferta deportiva, en la que convivía el deporte más seguido de España junto con otras prácticas, hizo que el deporte se estableciera como un elemento básico, aunque cambiante debido a los derechos de emisión, de la cadena. Lo cual supuso un importante reclamo para numerosos aficionados a los deportes, que estaban dispuestos a pagar por ver aquello que les entusiasmaba y que no eran capaz de encontrar en el resto de cadenas españolas.

### **1.2.3. Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos**

Todas estas retransmisiones de encuentros deportivos se complementaban con una serie de programas centrados en ofrecer información, entretenimiento y, sobre todo, atraer nuevos suscriptores puesto que, junto con los *Previos* deportivos, se trataba del contenido deportivo predominante en las emisiones en abierto (aunque algunos se emitían en codificado).

En este primer periodo se introdujeron cinco programas deportivos: *El tercer tiempo* (1990-2005), *Transworld Sport* (1990-2005), *Boxeo* (1990-1994), *Informativos deportivos* (1991-1995) y *El día después* (1990-2005). De todos ellos, los más relevantes, por su carácter diferenciador y por su duración en la parrilla de la cadena, fueron: *El día después*, *El tercer tiempo* y *Transworld Sport*.

*El día después* (1990-2005) era un magazín deportivo de 60 minutos de duración que se centraba en la actualidad de la jornada de la Liga de fútbol (Figura 2). En él se mezclaban la información de los últimos encuentros futbolísticos, con el análisis de las jugadas de los partidos y con secciones dedicadas a sucesos inesperados ocurridos durante los mismos, como *Lo que el ojo no ve*. Con todo ello se estaba creando un espacio de entretenimiento para los aficionados al fútbol.

**Figura 2: Plató *El día después* (temporada 92-93)**



**Fuente: (Colección TV, 2016)**

Desde un inicio la emisión de este espacio se situó los lunes, para así poder realizar el programa en torno a los partidos disputados en la jornada del fin de semana. En la primera temporada, la emisión se ofreció tras la película de estreno de las 22:00h; lo cual hacía que *El día después* comenzase muy tarde y que conllevaba que la emisión fuera codificada.

Esta situación hacía que el programa no fuera visto por los no abonados, lo cual impedía que el espacio sirviera como elemento promocionador de los contenidos deportivos codificados de la cadena. Por ello, desde la segunda temporada, el programa se trasladó a las 20:30h y se transformó en una emisión en abierto.

*El tercer tiempo* era un programa de resumen deportivo retransmitido únicamente en codificado, a excepción de en la temporada 91-92, que se probó a emitir algunas veces en abierto. En él se ofrecía un repaso de todos los partidos de la jornada de fútbol, lo que permitía al abonado estar al corriente de la actualidad de este deporte, aún cuando no había podido ver todos los encuentros.

En sus inicios, temporada 90-91, el espacio duraba 60 minutos y se emitía los domingos después de la película de las 22:00h. Posteriormente, en la segunda temporada, el espacio cambió la duración a 20 minutos y se programó los lunes y los domingos, en un horario que fue variando a lo largo de toda la temporada. Finalmente, en la tercera temporada, el programa se asentó los lunes y los domingos, también tras la película de las 151



22:00h.

*Transworld Sport* también era un programa de resumen deportivo, aunque este se retransmitía, mayoritariamente, en abierto, lo que le aportaba carácter promocional (Figura 3). En él se ofrecía un repaso a la actualidad deportiva no futbolística, como el béisbol, lo que contribuía a mejorar la cobertura deportiva de la cadena. Cabe destacar que este programa no fue una creación original, fue importado de Reino Unido, donde se estrenó inicialmente en 1987 en *Channel 4* (*Sport On The Box*, 2013).

**Figura 3: Cabecera *Transworld Sport* (1991)**



Fuente: (Colección TV, 2016)

Al inicio de su emisión en *Canal Plus*, el programa tenía una duración de 60 minutos y se retransmitía los sábados en abierto a las 12:00h. En la segunda temporada, su duración se redujo hasta los 50 minutos y se emitió los jueves de madrugada en codificado. Finalmente, en la tercera temporada, el programa aumentó de duración hasta los 55 minutos y se volvió a trasladar a los sábados a las 9:05h en modalidad abierta, lo que le permitía incrementar la promoción de sus contenidos deportivos codificados.

**Tabla 15: Resumen de los programas deportivos emitidos (1990-1993)**

| PROGRAMAS DEPORTIVOS    |      |          |            |           |
|-------------------------|------|----------|------------|-----------|
| Nombre                  | Días | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Boxeo</i>            | L    | 60'      | Codificado | 90-91     |
| <i>El día después</i>   | L    | 60'      | Codificado |           |
| <i>El tercer tiempo</i> | D    | 60'      | Codificado |           |
| <i>Transworld Sport</i> | S    | 60'      | Abierto    |           |



|                                |           |     |            |       |
|--------------------------------|-----------|-----|------------|-------|
| <i>Boxeo</i>                   | L         | 60' | Codificado | 91-92 |
| <i>El día después</i>          | L         | 60' | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>        | L-D       | 20' | Codificado |       |
| <i>Informativos deportivos</i> | L-M-X-J-V | 6'  | Abierto    |       |
| <i>Transworld Sport</i>        | J         | 50' | Codificado |       |
| <i>Boxeo</i>                   | L         | 60' | Codificado | 92-93 |
| <i>El día después</i>          | L         | 60' | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>        | L-D       | 20' | Codificado |       |
| <i>Informativos deportivos</i> | L-M-X-J-V | 6'  | Abierto    |       |
| <i>Transworld Sport</i>        | S         | 55' | Abierto    |       |

Fuente: Elaboración propia

### 1.3. Contenidos taurinos

Los espectáculos taurinos suponían, en el periodo de creación de las cadenas privadas, un contenido muy valioso debido a la importancia cultural e histórica de estos eventos en España (de Haro de San Mateo, 2011, p. 44). Desde los orígenes de la televisión en el país, este había sido un contenido retransmitido por *TVE*, cuya presencia fue aumentando con el paso del tiempo (de Haro de San Mateo, 2020, p. 504).

Todo ello, convertía a este espectáculo en una apuesta de programación segura para la cadena, puesto que existía la certeza de que su recepción sería positiva: “*Canal +* toma esta iniciativa para incrementar la oferta a sus abonados con un producto de interés y aceptación por parte del público español” (*Canal Plus Revista*, 1992c, p. 6). En cierta forma, los espectáculos taurinos eran equiparables a los encuentros deportivos: ambos contaban con una audiencia fiel dispuesta a pagar por ver aquello que les gustaba; justo el tipo de audiencia que necesitaba *Canal Plus* España.

Sin embargo, a pesar de su importancia, la primera temporada de *Canal Plus* España solo contó con tres retransmisiones taurinas, dos en septiembre de 1990 y una en febrero de 1991. Una situación que se debió a las dificultades existentes para obtener los derechos de retransmisión de estos eventos, al igual que sucedía con el fútbol (San Andrés, 1993, pp. 32-34).

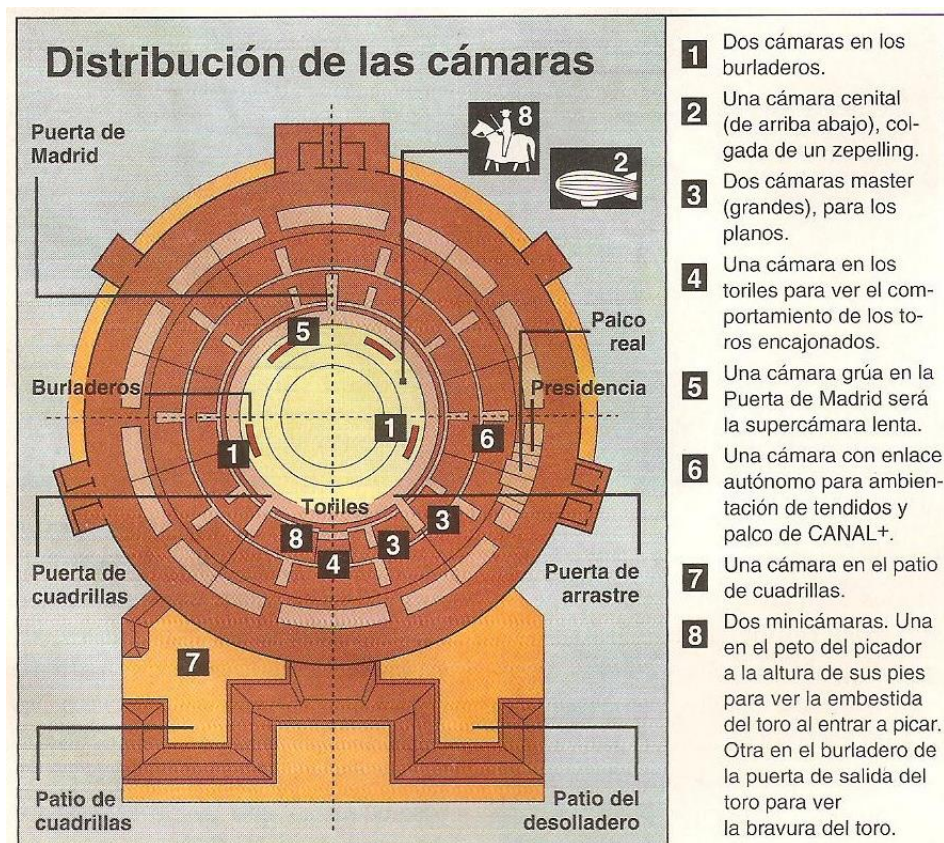
La verdadera aparición y asentamiento de los contenidos taurinos se produjo en la segunda temporada (91-92), con la emisión, casi íntegra y en exclusiva, de la Feria de San Isidro (Madrid), uno de los acontecimientos taurinos más importante del país. A este evento se sumaron las retransmisiones de corridas desde Vista Alegre (Bilbao), la Feria

de Valencia y la Feria de Bayona; de forma que en la segunda y tercera temporada se emitieron un total de 56 corridas, 28 en cada temporada.

A todo esto, *Canal Plus España* añadió un elemento diferenciador que hizo destacar sus emisiones taurinas por encima de las demás: la realización. Siguiendo los pasos de las retransmisiones deportivas, el canal realizó un amplio despliegue técnico que fue mejorando en cada temporada:

Vamos a darle un argumento, un por qué, un criterio unificador... Haremos innovaciones como hicimos en el fútbol... Se verá la corrida con más detalle, más cerca, mejor contada, con las expresiones y gestos del torero o la rabia del toro pisando la arena. La experiencia que tenemos con el fútbol nos permitirá realizar unas transmisiones mejor que las que hasta el momento se han hecho. (*Canal Plus Revista*, 1992d, p. 9)

**Figura 4: Distribución cámaras en el ruedo, temporada 91-92**



**Fuente:** (*Canal Plus Revista*, 1992c, p. 7)



La primera temporada en la que los eventos taurinos tuvieron una presencia importante en la cadena, temporada 91-92, el despliegue técnico estuvo compuesto por nueve cámaras y dos minicámaras (*Canal Plus Revista*, 1992c, p. 7), cuya distribución puede observarse en la figura 4.

**Figura 5: Distribución cámaras en el ruedo, temporada 92-93**



**Fuente: (*Canal Plus Revista*, 1993a, p. 5)**

En la siguiente temporada, 92-93, se añadieron tres cañones direccionales de sonido a pie de ruedo, cinco micrófonos de ambiente en la plaza, una unidad móvil, tres cámaras y dos minicámaras (Figura 5).

Además de las innovaciones tecnológicas, los eventos taurinos copiaron, desde la temporada 91-92, otro elemento importante y característico de las emisiones futbolísticas de la cadena: el *Previo*. Como en el caso del fútbol, el objetivo de este espacio era crear anticipación entre los espectadores por medio de un ejercicio de contextualización de la corrida que iba a tener lugar:

Con un previo de 30 minutos en el que se abordarán todos los aspectos de interés relativos al festejo de la jornada: diestros, ganadería, cartel, anécdotas, historias que se encierran tras cada uno de los protagonistas de la fiesta.

En el previo se incluyen, además, tres miniserias centradas en temas taurinos: *La suerte del toreo*, *Faenas del campo* y *La otra gente de la fiesta*. Este espacio se completa con la sección denominada *Lo que el toro no ve*, que recoge imágenes curiosas e insólitas que la mayor parte de los espectadores, y por supuesto el toro, no advierten a lo largo del festejo. (*Canal Plus Revista*, 1992c, p. 6)

De forma complementaria a las retransmisiones de los eventos taurinos, y como consecuencia del éxito cosechado por las mismas, la cadena creó, en la segunda temporada (91-92), el programa *En todo lo alto* (1992-1993), un magacín de 60 minutos que se retransmitía los lunes a las 20:30h. En él se analizaba la actualidad taurina y las últimas corridas, todo ello conformado por diferentes secciones temáticas que daban un mayor dinamismo al programa:

La estructura del programa combina secciones referidas a la información de la actualidad de la semana con la presentación de los carteles, las ovaciones y críticas a los personajes de la fiesta. *En todo lo alto* también presta una atención especial a las ganaderías, analizando cuáles son las que ofrecen mejores rendimientos, mayor espectáculo y una más cuidada selección de sus encastes. (*Canal Plus Revista*, 1993b, p. 10)

Cabe destacar dos cuestiones sobre este espacio. En primer lugar, *En todo lo alto* solo se emitió durante dos temporadas, la 91-92 y la 92-93. En segundo término, se trataba de un programa estacional que únicamente se emitía durante unos meses, de junio a agosto; de esta forma sustituía al programa *El día después*, cuya retransmisión terminaba en mayo con el final de la temporada futbolística, y era emitido durante el periodo en el que se desarrollaban las principales corridas taurinas.

**Tabla 16: Resumen de los programas taurinos emitidos (1990-1993)**

| PROGRAMAS TAURINOS     |      |          |         |           |
|------------------------|------|----------|---------|-----------|
| Nombre                 | Días | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>En todo lo alto</i> | L    | 60'      | Abierto | 91-92     |
| <i>En todo lo alto</i> | L    | 60'      | Abierto | 92-93     |

**Fuente: Elaboración propia**

#### **1.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea**

Con los contenidos de ficción, deportivos y taurinos, *Canal Plus* España contaba una oferta lo suficientemente atractiva para sus suscriptores. La cadena podría haber limitado sus emisiones de entretenimiento a esos tres géneros y, seguramente, habría seguido obteniendo éxito porque se ofrecían contenidos exclusivos.

No obstante, el canal decidió, desde un primer momento, complementar su oferta de ficción, deportiva y taurina con otros contenidos de entretenimiento. Estos realizaban una importante doble función dentro de la programación de la cadena. Por un lado, tal y como se ha visto en el capítulo anterior, servían para ocupar gran parte de las horas de emisión en abierto, con las que debía cumplir el canal. Además, por otro lado, estos otros contenidos aportaban variedad a la cadena con la que atraer suscriptores, a la par que ayudaban a garantizar su condición de canal generalista de televisión.

Estos otros espacios de entretenimiento estuvieron conformados, principalmente, por dos tipos de contenidos: contenidos musicales y programas miscelánea. Los contenidos musicales permitían, entre otras cosas, captar el interés del público más joven, a la par que ofrecían, en ocasiones, flexibilidad a la hora de programar. Por su parte, los programas miscelánea se establecieron, desde el principio, como uno de los principales espacios de experimentación televisiva de la cadena, tal y como se explicará más adelante.

#### **1.4.1. Contenidos musicales: la radio musical llega a Canal Plus**

Hablar de los contenidos musicales de *Canal Plus* España equivale a nombrar, principalmente, dos tipos de emisiones: eventos musicales y programas musicales. Los eventos musicales eran retransmisiones irregulares que aparecían en la parrilla de la cadena de forma esporádica, es decir, conciertos musicales sobre los cuales la cadena ejercía escaso control, puesto que se trataba de espectáculos programados por otras entidades.

En esta etapa inicial, la cadena retransmitió, en directo o en diferido, cinco conciertos diferentes, como por ejemplo el Concierto aniversario 40 Principales (26-6-1991) o el Concierto de Jean Michel (5-1-1991). Cabe destacar que solo uno de ellos se programó en la tercera temporada y el resto se retransmitieron en la primera.

Por el contrario, los programas musicales eran espacios que se ofertaban de forma regular, y que contaban con horario y duración predeterminados; eran espacios controlados por la cadena. En esta primera etapa, la cadena contó con siete programas musicales diferentes: *Buenos días, buenos clips* (1990-1997), *Videominuto* (1992-1994), *Los 40 principales* (1990-2005), *Del 40 al 1* (1990-2005), *Música noche* (1990-2002) y *El gran musical* (1990-1996).

A este respecto, cabe destacar dos cuestiones especialmente relevantes. En primer lugar, el desarrollo de una parte importante de estos programas se realizó en colaboración con empresas del *Grupo Prisa*, concretamente, con emisoras radiofónicas. Y, en segundo lugar, estos espacios, al igual que otros explicados anteriormente, ayudaron a la futura creación y desarrollo de canales temáticos musicales.

##### **a) *Buenos días, buenos clips* y *Videominuto***

*Buenos días, buenos clips* fue un espacio que surgió en septiembre de 1990, a inicios de la primera temporada. Se trataba de un programa de unos 50 minutos de duración que se emitía, en abierto, a las 7:10h de lunes a viernes. Estaba dedicado a la emisión de videoclips musicales, principalmente pop, de forma ininterrumpida y sin la figura de un presentador, un concepto algo similar al, anteriormente mencionado, programa *Piezas*.

El programa solo estuvo presente, durante la etapa inicial, en la primera temporada, pero su desaparición de la parrilla tras la primera temporada no supuso el fin de este espacio. En sustitución de *Buenos días, buenos clips* la cadena emitió *Videominuto* (Figura 6), el concepto y contenido eran, en esencia, los mismos, pero el nombre del espacio era distinto.

**Figura 6: Cabecera *Videominuto* (1991)**



**Fuente: (Retrodisco, 2008)**

*Videominuto* se mantuvo en pantalla el resto de la etapa inicial y comienzos de la siguiente, es decir, desde la temporada 91-92 hasta la temporada 93-94. El espacio tenía una duración de 55 minutos, y comenzaba a emitirse entre las 8:25h y las 9:00h. Se programó de martes a domingo, excepto en la temporada 92-93, en la que se emitió de martes a sábado.

#### **b) *Los 40 principales* y *Del 40 al 1***

Entre 1984 y 1992, el *Grupo Prisa* adquirió el total de *Cadena Ser*, un importante grupo radiofónico español al que pertenecía la emisora musical *Los 40 Principales* (Almiron & Segovia, 2012, p. 2897; Pérez Ares, 2015). Con la creación de *Canal Plus* España, el *Grupo Prisa* aprovechó esta circunstancia para generar nuevas sinergias entre



la radio y la televisión.

De esta combinación surgieron, en septiembre de 1990, los dos programas musicales televisivos más longevos de la cadena, ambos emitidos en abierto: *Los 40 Principales* y *Del 40 al 1*. Ambos eran espacios centrados, principalmente, en la música pop y pensados para atraer a una audiencia joven (*Canal Plus Revista*, 1991j, p. 7); pese a ser dos programas diferentes, en esencia su contenido era bastante similar.

Su concepto era relativamente simple, aunque novedoso en España: ofrecer al espectador aquello que ya se le estaba ofreciendo al oyente, un repaso de la actualidad musical que culminase con la configuración de una lista con los 40 temas musicales más de moda del momento (Figura 7 y Figura 8).

Figura 7: Lista *Del 40 al 1* (1992)



Fuente: (Señor Huesos, 2017c)

Figura 8: Lista *Los 40 Principales* (1992)<sup>10</sup>



Fuente: (2107 l Canal 5, 2020)

*Los 40 Principales* tuvo, en esta primera etapa y hasta su fin, una duración media de 30 minutos. En la primera temporada (90-91) se emitió de lunes a domingo, en la segunda (91-92), los mismos días con excepción del sábado, y en la tercera (92-93), de lunes a viernes. Este fue el horario que finalmente se estableció como definitivo el resto de las etapas.

Con respecto a los horarios de emisión, la primera temporada fue un poco caótica, porque se emitió en diferentes horarios hasta que, en febrero de 1991, se estableció como definitivo, en esa temporada, realizar una doble emisión diaria, de 13:30h a 14:00h y de 20:30h a 21:00h. En la segunda temporada, el programa se ofertaba tres veces al día: de 8:30h a 9:30h, de 13:30h a 14:00h y de 20:00h a 20:30h. La tercera temporada recuperó



la doble emisión diaria, la cual se mantuvo unas cuantas temporadas: de 13:30h a 14:00h y de 20:05h a 20:30h. Esto permitió establecer una dinámica fija para el programa (Figura 9):

*Los 40 Principales*, que se emiten de lunes a viernes a las 13.30 y a las 20.05, cambian su formato y adoptan una estructura más temática y argumentada. Cada día de la semana el programa está dedicado a un motivo diferente: los lunes a novedades de la semana y *videoclip* candidatos a entrar en la lista de 40; los martes se informará sobre nuevas entradas en lista y las grandes subidas; los miércoles *40 USA* y *40 Europa* repasan las listas de éxito norteamericanas y europeas; los jueves un artista invitado comenta la lista de los 40 junto a Juanma Ortega, y los viernes se dedican a repasar los *videoclip* novedades y candidatos más votados para entrar en nuestra lista. (*Canal Plus Revista*, 1992g, p. 35)

**Figura 9: Entrevista en *Los 40 Principales* (1992)**



**Fuente: (2107 I Canal 5, 2020)**

Por su parte, *Del 40 al 1*, presentaba menos dinamismo que *Los 40 Principales* y se limitaba a emitir los vídeos musicales de las 40 mejores canciones semanales, según la emisora *Los 40 Principales*. Todo ello se desarrollaba con escasa presencia de

presentadores, los cuales aparecían esporádicamente frente a un croma verde, cambiado a conveniencia, mientras comentaban la lista en voz *en off* (Figura 10).

**Figura 10: Presentador *Del 40 al 1* (1992)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2017c)**

Al igual que el espacio *Los 40 Principales*, este programa también presentó modificaciones en sus emisiones a lo largo de esta etapa inicial. En la primera temporada, el espacio duraba 60 minutos, y se emitía dos veces a la semana; los lunes a las 9:05h y los sábados a las 13:00h, en su versión de multidifusión. En la segunda temporada solo hubo una variación respecto a la primera, los lunes las emisiones se realizaban a las 8:30h.

En la tercera temporada los cambios fueron más sustanciales y algunos bastante duraderos, puesto que se mantuvieron a lo largo de las temporadas posteriores. La duración de 60 minutos se mantuvo, pero las emisiones se trasladaron a los sábados y domingos. Los sábados el programa se emitía a las 13:00h, y los domingos la emisión se realizaba a las 8:10h.

Todas estas modificaciones en los horarios de emisión denotan, por un lado, la versatilidad de este contenido, el cual podía acomodarse en diferentes días y horarios. Y, por otro lado, reflejaban los esfuerzos de la cadena por establecer este contenido en una franja en la que poder llegar a un público objetivo concreto: los jóvenes, un público siempre difícil de captar. Esto último, junto con el anteriormente explicado interés del

canal por generar contenido de ficción para atraer, también, al público infantil, refleja, nuevamente, el interés de *Canal Plus* por diseñar una programación para diversos grupos de edades.

### c) *Música noche*

En contraposición a *Los 40 Principales* y *Del 40 al 1*, *Música noche* estaba pensado para un público más adulto, con una oferta de contenidos destinados “a los buenos aficionados a la música clásica” (*Canal Plus Revista*, 1991j, p. 7). Su programación consistía, básicamente, en la retransmisión de diversas obras operísticas, como *Il trittico* de Puccini.

Al contrario que otros espacios vistos anteriormente, este programa no sufrió modificaciones en su horario de emisión durante la primera etapa. Desde el inicio se estableció que este espacio se emitiría los martes de madrugada, tras la segunda película de la noche, cerca de la 1:00h. Su duración era variable y dependía de la duración del espectáculo que se fuera a emitir ese día.

### d) *El gran musical*

*El gran musical* era un programa musical al estilo del magacín, de entre 55 y 60 minutos, centrado en el mundo de la música para los más jóvenes. En sus inicios fue creado como un programa de música equiparable a *Los 40 Principales*, de hecho, fue otra adaptación radiofónica, aunque esta proveniente de *Cadena Ser* (Viciosa, 2016).

El espacio estaba conducido por el veterano locutor radiofónico Joaquín Luqui, quien también trabajaba en *Cadena Ser* (*El País*, 2005b). A lo largo de este primer periodo, el espacio fue evolucionando para diferenciarse de *Los 40 Principales*. Por ello, en la tercera temporada, *El gran musical* apostó por ofrecer una visión más en profundidad del mundo de la música, con especial énfasis en el pop y el rock:

*El Gran Musical...* modifica asimismo su formato y se convierte en el primer *fanzine* (concepto que a diferencia del *magazine* combina entretenimiento a

información de una forma fragmentada y vanguardista) musical de la televisión española, aunque mantiene su estructura dividida en dos partes diferenciadas. En la primera incluye un informativo musical, y la segunda estará dedicada a la emisión de conciertos y monográficos de las principales estrellas del pop y el rock. (*Canal Plus Revista*, 1992g, p. 35)

En las dos primeras temporadas, el espacio se emitió los martes entre las 8:30 h y las 9:00h, y los domingos a la 13:00h. En la tercera temporada, se realizaron ciertos cambios en los horarios de emisión; la retransmisión del martes se cambió al lunes a las 8:25h, y la retransmisión del domingo se retrasó hasta las 14:05h.

**Tabla 17: Resumen de los programas musicales emitidos (1990-1993)**

| PROGRAMAS MUSICALES              |               |          |            |           |
|----------------------------------|---------------|----------|------------|-----------|
| Nombre                           | Días          | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Buenos días, buenos clips</i> | L-M-X-J-V     | 50'      | Abierto    | 90-91     |
| <i>Del 40 al 1</i>               | L-S           | 60'/55'  | Abierto    |           |
| <i>El gran musical</i>           | M-D           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V-S-D | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M             | variable | Codificado |           |
| <i>Del 40 al 1</i>               | L-S           | 60'/55'  | Abierto    | 91-92     |
| <i>El gran musical</i>           | M-D           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V-D   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M             | variable | Codificado |           |
| <i>Videominuto</i>               | M-X-J-V-S-D   | 55'      | Abierto    |           |
| <i>Del 40 al 1</i>               | S-D           | 60'/55'  | Abierto    | 92-93     |
| <i>El gran musical</i>           | L-D           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V     | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M             | variable | Codificado |           |
| <i>Videominuto</i>               | M-X-J-V-S     | 55'      | Abierto    |           |

**Fuente:** Elaboración propia

#### **1.4.2. Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: inicios de los magacines de entretenimiento**

Además de los programas musicales, hubo una serie de espacios, difíciles de clasificar, que terminaron de conformar los contenidos de entretenimiento complementarios: los espacios miscelánea. En esta primera etapa, los contenidos miscelánea pueden agruparse en: magacines, eventos y espacios de humor.

Los magazines se establecieron como un contenido muy importante, al mismo tiempo que identitario, para *Canal Plus* España. Su mezcla de entretenimiento e información, junto con su carácter innovador y el hecho de que su retransmisión fuera, mayoritariamente, en abierto, hizo de los magazines el elemento esencial para la promoción de los contenidos codificados de la cadena. En esta etapa inicial surgió el primer, y más icónico, magacín de la cadena: *Lo + Plus* (1990-2005).

*Lo + Plus* fue un magacín de corte social que, durante este primer periodo, se centró en ofrecer la actualidad de la crónica social por medio de reportajes. Estos eran emitidos sin ninguna introducción previa por parte de un presentador, lo que convertía al espacio en una especie de programa contenedor.

Con una duración de 30 minutos, el programa se estrenó en septiembre de 1990. Inicialmente, desde septiembre de 1990 hasta febrero de 1991, el programa se emitía los domingos en la sobremesa, a las 14:00h. Posteriormente, a partir de febrero de 1991, el programa se ofertó dos días a la semana: los martes a las 9:30h y los domingos a las 14:30h.

En la segunda temporada se mantuvo la doble emisión semanal, aunque se produjeron cambios en los días y horarios de emisión: ahora la retransmisión eran los martes a las 9:30h y los sábados a las 21:00h. De esta forma, el programa abandonaba definitivamente la franja de la sobremesa.

En la tercera y última temporada de esta primera etapa, se mantuvieron las emisiones y los horarios de los martes y los sábados que se habían establecido la temporada anterior. A todo ello se añadió, de forma algo intermitente, una tercera emisión los domingos por la tarde, a las 17:50h.

Las modificaciones en la programación de este contenido reflejaban una posible apreciación creciente de la cadena por este espacio. Ello se refleja, principalmente, en la tendencia que se muestra hacia una mayor presencia del contenido en la parrilla al incrementar, paulatinamente, el número de días en los que se emitía.

Los eventos, por su parte, consistían en retransmisiones de galas o entregas de premios de mayor o menor relevancia social, pero que aportaban exclusividad a la cadena al ser los únicos en ofrecer esa emisión. En esta primera etapa se llegaron a retransmitir hasta nueve eventos, sin contar las Campanadas de Año Nuevo, ni el Discurso del Rey de

Navidad, entre los que destacaron: Premios Oscar, Premios Grammy y Festival de Nuevas Imágenes de Montecarlo.

De entre los eventos que se programaron caben destacar dos por su fama internacional: la gala de entrega de los Premios Grammy (temporada 90-91) y la gala de entrega de los Premios Oscar (temporada 92-93). En concreto, esta última se convirtió en un evento anual recurrente e importante para la cadena.

Por su parte, los espacios de humor consistieron mayoritariamente, en este periodo, en la emisión de programas sueltos de humor importados de otros países, como por ejemplo el *Saturday Night Live* (Michels et al., 1975-presente), y en los programas de *zapping*, que recopilaban momentos televisivos graciosos. En esta época, sus emisiones contenían poca periodicidad, eran programadas como los cortometrajes, de forma poco predecible. Esta situación fue especialmente predominante en la primera temporada, cuando la cadena estaba necesitada de contenidos para completar su parrilla.

Por último, al margen de esta clasificación, cabe mencionar la existencia de otros dos contenidos de entretenimiento complementarios: los programas infantiles y los concursos. Ya se ha explicado anteriormente que la programación infantil se componía, principalmente, de series de ficción infantiles, mayoritariamente de animación. Pero, además de ellas, existieron a lo largo de las diferentes temporadas, algunos programas infantiles en los que había unos personajes, que ejercían de presentadores, los cuales realizaban actuaciones para los niños y, en ocasiones, daban paso a series de ficción infantiles.

En esta etapa se emitió el primer programa de este tipo: *Despierta peque y al loro* (Ghalayini et al., 1990-1992), una producción estadounidense de 30 minutos. El espacio mostraba las aventuras que Sam, y su robot D.E.C.K.S. (Figura 11), vivían en el sótano de su casa gracias a la máquina del tiempo que tenían, y con la que conocían diferentes personajes históricos. Entre dichas aventuras, se emitían dos miniseries de animación, de unos cinco minutos cada una: *Los autos locos* (Barbera & Hanna, 1968-1970) y *Los pequeños monstruos* (Barbera & Hanna, 1990-1992).

**Figura 11: Sam y D.E.C.K.S. - *Despierta peque y al loro* (1990-1992)**



**Fuente: (FilmAffinity, s. f.)**

Por su parte, los concursos fueron, en general, casi inexistentes en la oferta de *Canal Plus* España, y el primer intento de la cadena por incluirlos en su programación se produjo en esta primera etapa. El espacio se denominaba *Aventura, aventura* (1990-1992), y se trataba de un concurso infantil que duraba 30 minutos. En él, los participantes ganaban premios por superar pruebas y contestar preguntas relacionadas con la oferta de la cadena (Figura 12), por lo que tenía un gran factor promocional. El programa estuvo presente las dos primeras temporadas (90-91 y 91-92), y se emitió los domingos entre las 11:00h y las 12:30h.

**Figura 12: Concursantes en *Aventura, aventura* (1991)**



**Fuente: (Le fou Andaluz, 2013)**

**Tabla 18: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1990-1993)**

| <b>PROGRAMAS MISCELÁNEA<br/>Y<br/>OTROS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO</b> |               |                 |                |                  |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|
| <b>Nombre</b>                                                            | <b>Días</b>   | <b>Duración</b> | <b>Emisión</b> | <b>Temporada</b> |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | M-D           | 30'             | Abierto        | 90-91            |
| <i>Aventura, aventura</i>                                                | D             | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | M-S           | 30'             | Abierto        | 91-92            |
| <i>Despierta peque y al loro</i>                                         | L-M-X-J-V-S-D | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>Aventura, aventura</i>                                                | D             | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | M-S-D         | 30'             | Abierto        | 92-93            |
| <i>Despierta peque y al loro</i>                                         | X-J-V-D       | 30'             | Abierto        |                  |

**Fuente: Elaboración propia**

### **1.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos**

Además de los contenidos de entretenimiento, *Canal Plus* contó con otros dos géneros que le aportaron un elemento de calidad a la cadena: los culturales y los informativos. Ambos fueron integrados en este primer periodo dentro de la parrilla, aunque contaron con desarrollos completamente diferentes.

Por un lado, los contenidos culturales tuvieron una importante y estable presencia desde el inicio gracias, en gran medida, a la notable presencia que parte de este género tuvo en las emisiones en codificado, debido a los documentales. Por el contrario, los contenidos informativos padecieron de un lento, aunque definitivo, asentamiento.

#### **1.5.1. Contenidos culturales: la llegada de los documentales**

Como se explicó en el capítulo anterior, nombrar a los contenidos culturales en *Canal Plus* España equivale a hablar, principalmente, de documentales. Aunque pueda parecer extraño que, en esos momentos, una cadena de pago escogiera emitir este contenido debido a su peso cultural, se puede afirmar que fue una buena elección.

Los documentales se promocionaban como un elemento diferenciador puesto que se trataba de un contenido escaso entre las emisiones del resto de cadenas, a excepción de *TVE2*, donde contaban con una posición privilegiada en *prime time*, estableciéndose



como una de sus principales señas identitarias (Paz Rebollo et al., 2020, pp. 704-705). Por ello, los documentales eran tratados como una programación exclusiva, solo disponible en *Canal Plus* España.

Ante esta situación, se puede hablar de una notable recepción positiva por parte de los abonados, quienes llegaron a solicitar, a través de la revista de la cadena, más emisiones de este tipo a finales de la primera temporada: “En documentales, la programación se queda bastante floja comparada con la etapa de pruebas... Mi sugerencia es que emitan más documentales y los repitan una o dos veces” (*Canal Plus Revista*, 1991h, p. 43).

**Tabla 19: Muestra de 10 documentales (1990-1993)**

| <b>Título español</b>                    | <b>Título original</b>                              | <b>Director</b>                | <b>País/Países</b> | <b>Año</b> |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|------------|
| <i>Adamson, señor de los leones</i>      | <i>Lord of the lions: Adamson of Africa</i>         | Nick Gray                      | EE. UU.            | 1989       |
| <i>El libro de baile de Fred Astaire</i> | <i>The Fred Astaire Songbook</i>                    | David Heeley                   | EE. UU.            | 1991       |
| <i>El ratón asesino</i>                  | <i>Killer Mouse</i>                                 | Caroline Brett<br>(productora) | Reino Unido        | 1990       |
| <i>Fonda según Fonda</i>                 | <i>Fonda on Fonda</i>                               | David Heeley                   | EE. UU.            | 1992       |
| <i>Heavy Petting Sex</i>                 | <i>Heavy Petting</i>                                | Obie Benz<br>Joshua Waletzky   | EE. UU.            | 1989       |
| <i>Los vampiros de la isla Wolf</i>      | <i>Vampires of Wolf Island</i>                      | Colin Willock<br>(productor)   | Reino Unido        | 1990       |
| <i>Powaqqatsi</i>                        | <i>Powaqqatsi</i>                                   | Godfrey Reggio                 | EE. UU.            | 1988       |
| <i>U2: Rattle and Hum</i>                | <i>U2: Rattle and Hum</i>                           | Phil Joanou                    | EE. UU.            | 1988       |
| <i>Waldo Salt: Vida de un guionista</i>  | <i>Waldo Salt: A Screenwriter's Journey</i>         | Eugene Corr<br>Robert Hillmann | EE. UU.            | 1992       |
| <i>Warhol superstar</i>                  | <i>Superstar: The Life and Times of Andy Warhol</i> | Chuck Workman                  | EE. UU.            | 1990       |

**Fuente: Elaboración propia**

Todo ello propició un progresivo incremento del estreno de producciones documentales a lo largo de las diferentes temporadas de esta etapa: 69 en la 90-91, 126

en la temporada 92-93, y 139 en la 93-94, lo que supuso un total de 334 (Tabla 19). Además, haciendo caso de las peticiones de los abonados, también se produjo un incremento en el número de emisiones repetidas; ejemplo de ello es el número de documentales que fueron programados dos veces en la misma temporada, en la temporada 90-91 fueron 16, en la 91-92 fueron 34 y en la 92-93 fueron 49.

En lo referente a la duración de las piezas emitidas, se puede hablar de disparidad, aunque la mayoría de los documentales se encontraban entre los 30 y los 60 minutos. Esta cuestión aportaba una mayor flexibilidad a la hora de programar este contenido en la parrilla lo que, a su vez, hizo que, en general, sea complicado determinar un horario de emisión completamente establecido e inamovible. Esta misma flexibilidad también se dio con respecto a la temática de las piezas emitidas; los temas eran diversos y la cadena se mostraba orgullosa de ello:

En la actualidad los documentales en Canal+ están representados a lo largo de su programación... En los diferentes días de la semana, a horarios también diferentes, se van estrenando diversos documentales... Estos documentales cubren temas desde naturaleza a arte, moda, aventuras, etcétera. (*Canal Plus Revista*, 1991h, p. 43)

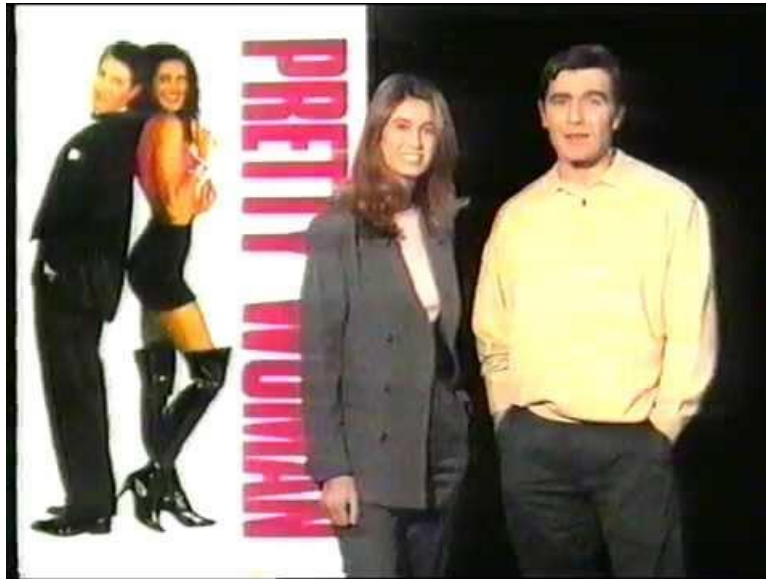
No obstante, es necesario matizar que no todos los documentales eran tratados de la misma forma, lo que reflejaba diferentes niveles de valía para la cadena. El mejor ejemplo de ello fueron los documentales de naturaleza, mayoritariamente no seriados durante este periodo. Muchos de ellos provenientes de cadenas y productoras de prestigio como la *BBC* y *National Geographic*, los cuales eran ampliamente anunciados en la revista mensual de la cadena (algo que no sucedía en todos los casos), y contaban, en parte, con cierto horario de emisión asignado que trataba de ser respetado dentro de la parrilla: “todos los domingos, en el bloque horario de la mañana, *CANAL+* sigue ofreciendo documentales sobre naturaleza” (*Canal Plus Revista*, 1992b, p. 9).

Además de los documentales, cabe destacar otro contenido cultural que, pese a ser similar al documental en sus formas, recibía un trato diferenciador: los documentales y reportajes dedicados al cine. Estos contenidos se diferenciaban de los documentales en su comparativa brevedad, su carácter promocional y su tendencia a ser retransmitidos de

forma agrupada dentro de un programa concreto.

En esta etapa inicial surgió el primero de estos programas culturales: *Primer plano* (1990-1996). Este era un magacín de 30 minutos centrado en el mundo cinematográfico. Ofrecía una combinación entre información, reportajes y entrevistas sobre actualidad cinematográfica, y sobre películas que iban a estrenarse en breve en *Canal Plus* España (Figura 13).

**Figura 13: Anuncio estrenos semanales de la cadena, *Primer plano* (1993)**



**Fuente: (Luke Skywalker d'Oriola, 2015)**

Comenzó la primera temporada emitiéndose los sábados a las 14:00h. Tras unos meses en antena, la emisión se incrementó a dos días a la semana. Por ello, a partir de febrero de 1991, el programa se ofertó los lunes a las 9:30h y los sábados a las 14:30h.

Esta doble emisión semanal se mantuvo el resto de la primera etapa, aunque hubo variaciones en los días y horas de emisión. La segunda temporada mantuvo el lunes intacto, pero el sábado cambió la hora de retransmisión a las 20:30h, justo antes de la retransmisión de *Lo + Plus*. En la tercera temporada, la emisión del lunes se mantuvo intacta, pero se trasladó la emisión del sábado al viernes a las 20:30h.

**Tabla 20: Resumen de los programas culturales emitidos (1990-1993)**

| PROGRAMAS CULTURALES |      |          |         |           |
|----------------------|------|----------|---------|-----------|
| Nombre               | Días | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>Primer plano</i>  | L-S  | 30'      | Abierto | 90-91     |
| <i>Primer plano</i>  | L-S  | 30'      | Abierto | 91-92     |
| <i>Primer plano</i>  | L-V  | 30'      | Abierto | 92-93     |

Fuente: Elaboración propia

### 1.5.2. Contenidos informativos: aparición de los reportajes y de los noticiarios

Los contenidos informativos fueron, especialmente al principio, los menos apreciados y valorados por el canal. Durante un tiempo, incluso existieron dudas sobre si este género estaría presente en la parrilla de la cadena. Lógicamente, todo ello repercutió en la forma en la que fue ofertado a lo largo de este periodo inicial, y esas repercusiones se concretaron en dos cuestiones.

En primer lugar, durante la primera temporada, 90-91, los reportajes fueron inexistentes. Esto reflejaba la falta de compromiso de la cadena con el género informativo, ya que demostraba la reticencia del canal a realizar la inversión necesaria para que se realizasen este tipo de emisiones.

Sin embargo, en la segunda temporada, 91-92, esta situación cambió debido a la Exposición Universal de Sevilla de 1992. La celebración de este evento llevó a la cadena a realizar, en colaboración con *Canal Plus* Francia, un reportaje con el que seguir la preparación y desarrollo de este acontecimiento.

Aprovechando esta situación, *Canal Plus* España lanzó *24 horas* (1991-1995), un espacio en el que emitir, semanalmente, reportajes de actualidad de unos 55 minutos de duración, caracterizados por la “objetividad” y la “imparcialidad”:

*24 Horas* es un espacio que trata sobre todo tipo de acontecimientos de actualidad política, social, cultural y deportiva. Su originalidad radica en la forma en que se transmite la información, en su ritmo y en su tiempo. Los equipos del programa siguen durante toda una jornada (24 horas) a los artífices de cada acontecimiento, y se sumergen completamente dentro de él.

En los reportajes de *24 Horas* no se distorsiona la realidad. El espacio ofrece la posibilidad de compartir la vida de aquello o aquellos que provocan o constituyen la noticia. (*Canal Plus Revista*, 1991o, p. 6)

La segunda repercusión se concretó en la variabilidad de las emisiones de los noticiarios, denominados *Redacción* (1990-2000). Los espacios de noticias empezaron su trayectoria en la cadena en forma de 6 emisiones diarias de unos 5 minutos de duración, diseminadas a lo largo de toda la parrilla sin criterio aparente: unas “píldoras” informativas como las diseñadas por *Canal Plus* Francia.

Conforme se fue desarrollando la primera etapa, el número de emisiones diarias disminuyeron, la duración de estas aumentó, se establecieron unos horarios permanentes y se asignó un breve espacio de información meteorológica que precedía al noticiario nocturno. De esta forma, en la tercera temporada se estableció la realización de tres emisiones de lunes a sábado (9:52h-10:00h, 14:00h-14:05h y 21:30h-21:54h), dos emisiones el domingo (14:00h-14:05h y 21:30h-22:00h).

A este respecto es necesario matizar que esta falta de estabilidad era exclusiva de los informativos realizados por la cadena, pero no de otros espacios de actualidad. Prueba de ello es, por ejemplo, el noticiario estadounidense *ABC World News* (Banner & Jennings, 1953-presente), que contó con un horario de emisión fijo de 8:00h a 8:25h de lunes a sábado; nuevamente, un espacio escogido partiendo de la parrilla de *Canal Plus* Francia.

**Tabla 21: Resumen de los programas informativos emitidos (1990-1993)**

| PROGRAMAS INFORMATIVOS           |               |            |         |           |
|----------------------------------|---------------|------------|---------|-----------|
| Nombre                           | Días          | Duración   | Emisión | Temporada |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'        | Abierto | 90-91     |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/10'/30' | Abierto |           |
| <i>24 horas</i>                  | S             | 55'        | Abierto |           |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'        | Abierto | 91-92     |
| <i>Información meteorológica</i> | L-M-X-J-V-S-D | 2'         | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'     | Abierto |           |
| <i>24 horas</i>                  | S             | 55'        | Mixta   | 92-93     |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'        | Abierto |           |
| <i>Información meteorológica</i> | L-M-X-J-V-S-D | 2'         | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'     | Abierto |           |

**Fuente: Elaboración propia**

## **2. Segunda etapa (1993-1996). Crecimiento y “edad de oro” de *Canal Plus* España**

Tras una primera etapa dedicada a dar a conocer al canal y, al mismo tiempo, establecer la estrategia y contenidos programáticos más adecuados, *Canal Plus* alcanzó el deseado momento de estabilidad económica y de suscriptores. Así se dio inició al segundo periodo de la cadena, que estuvo compuesto por las siguientes tres temporadas televisivas: 1993-94, 94-95 y 95-96.

Esta etapa partía de una base programática consolidada y efectiva, por lo que no era necesario realizar cambios tan frecuentes y repentinos como los experimentados en las temporadas iniciales. Sin embargo, eso no descartaba por completo la modificación de la oferta de la cadena, sino todo lo contrario.

Puesto que ya se conocía la filosofía programática del canal, había llegado el momento de desarrollarla y mejorarla, lo cual implicaba la realización de cambios. Con ello se buscaba, en primer lugar, conservar y aumentar el número de suscriptores de los que disponía *Canal Plus*. Y, en segundo término, crecer a nivel empresarial y de imagen de marca.

Este proceso se produjo, mayoritariamente, en torno a tres hitos principales: la obtención del equilibrio económico, los cambios en la directiva de la cadena y el surgimiento de la primera oferta de pago por satélite: *Canalsatélite*.

### **a) La obtención del equilibrio económico**

Este fue el suceso que marcó el fin de la primera etapa y dio comienzo a la segunda. Como ya se ha explicado, en junio de 1993 se comunicó al accionariado de *Canal Plus* España que se había conseguido alcanzar el equilibrio financiero al obtener 665.000 abonados (Cabrera, 2015, p. 262). Esto supuso que, finalmente, la cadena tuviera el número suficiente de suscriptores como para ser un canal de televisión económicamente rentable.

El hecho de haber alcanzado 665.000 abonados implicaba que se había logrado diseñar la oferta idónea para generar un modelo viable y atractivo (*El País*, 1993b). Es

decir, se había conseguido integrar emisiones abiertas y codificadas, se había logrado que las emisiones en abierto fuesen beneficiosas para la cadena, y se habían creado acuerdos importantes dentro de los diversos géneros, como la obtención de los derechos de retransmisión de la Feria de San Isidro, que permitían contar con atractivos contenidos dentro de la oferta y competir con otros operadores. De esta forma, la cadena cerraba una etapa llena de constantes cambios destinada a buscar los contenidos idóneos para la atracción de suscriptores, y daba paso a un periodo destinado al crecimiento.

Concretamente, la obtención del equilibrio económico desencadenó un proceso de ampliación y desarrollo de la oferta ya establecida, sin cambios excesivamente bruscos, como por ejemplo el aumento en la oferta de las retransmisiones de ciertas prácticas deportivas como el golf. Es pertinente señalar que, aunque las repercusiones de este suceso se percibieron a lo largo de toda la segunda etapa, los efectos de este hito tendieron a concentrarse en la cuarta temporada (93-94), lo que aportó a dicha temporada un notable carácter transitorio entre estos dos primeros periodos.

## **b) Cambios en la directiva de la cadena**

En el momento del nacimiento de *Canal Plus* España, Juan Cueto fue nombrado director general de la cadena (*El País*, 1999c). Fue un cargo que ostentó durante los cuatro primeros años del canal, es decir, durante el tiempo que la cadena tardó en consolidarse e iniciar su proceso de crecimiento.

A finales de la cuarta temporada, en junio de 1994, Juan Cueto fue sustituido por Carlos Abad como director general de la televisión (*Canal Plus Revista*, 1994e, p. 3; *El País*, 1994b). El cambio estuvo motivado por el deseo de impulsar y desarrollar proyectos audiovisuales paralelos y complementarios a *Canal Plus* España, dentro del *Grupo Prisa*:

Carlos Abad... fue nombrado ayer nuevo director de Canal+. Con este nombramiento se pretende potenciar todos los departamentos de Canal+ y cerrar un conjunto de proyectos empresariales en el sector audiovisual, según explicó un portavoz del grupo PRISA...

Carlos Abad llega a Canal+ cuando esta cadena acaba de superar los 850.000

abonados. Este nombramiento se añade al lanzamiento de los cuatro canales temáticos que, bajo el nombre de Canal Satélite, se distribuyen a través del satélite Astra; así como a proyectos de producción de películas por parte del sector audiovisual del grupo PRISA, que gestiona Canal + en España. El portavoz del mismo explicó la incorporación de Abad como "el cierre de un conjunto de proyectos" audiovisuales, en el que las empresas Sogecable y Sogepack tendrán también un papel. "Vengo a un proyecto que está hecho y funciona muy bien", dijo ayer Abad. "Mi misión será gestionarlo y potenciarlo. No me sumo a un proyecto en dificultades, sino a una compañía que crece como un tiro", añadió. (*El País*, 1994b)

Este cambio supuso un hito importante en la historia del canal puesto que, con él, se iniciaron una serie de modificaciones, mucho más notables que las acaecidas en la temporada 93-94, y que reflejaron una clara intención de crecimiento. De entre todas ellas, cabe destacar la ampliación en el horario de emisión que se produjo en septiembre de 1994, por el cual la cadena comenzó a emitir las 24 horas del día, lo que, a su vez, modificó los horarios de emisión de los programas y la oferta de contenidos (*Canal Plus Revista*, 1994i, p. 31).

### c) Surgimiento de *Canalsatélite*

Un importante hito en el proyecto de crecimiento televisivo y audiovisual del *Grupo Prisa* fue la configuración de *Canalsatélite* (Figura 14), un servicio televisivo de pago mediante el cual se ofertaban una serie de canales temáticos a través del satélite Astra (*El País*, 1994a).

El proyecto comenzó a funcionar a finales de la temporada 92-93, casi a principios de la segunda etapa, con el lanzamiento de los canales *Cinemanía* (centrado en películas) y *Documanía* (focalizado en documentales) (*El País*, 1993a). Progresivamente se fueron añadiendo tres canales más: *Cineclassics* (especializado en cine en blanco y negro), *Minimax* (concentrado en los contenidos infantiles y juveniles) y *Sportmanía* (dedicado al deporte) (*Canal Plus Revista*, 1996b, pp. 36-37; *El País*, 1994a; Victoriano López, 1996).



**Figura 14: Anuncio *Canalsatélite* (1995)**



**Fuente: (*Canal Plus Revista*, 1996a, p. 38)**

Todo este proceso abarcó hasta el final de la segunda etapa, temporada 95-96, y constituyó uno de los sucesos más relevantes del segundo periodo, puesto que afectó al desarrollo de los contenidos de *Canal Plus* España de una doble manera. En primer lugar, la cadena comenzó a adquirir una función de soporte publicitario mediante la cual se trataba de conseguir suscriptores para *Canalsatélite*; lo cual provocaba una mejora y aumento de ciertos contenidos de la cadena, que servían de muestra de lo que se podía ver si se accedía a la nueva plataforma.

En segundo lugar, la cadena forjó nuevos acuerdos y alianzas con diferentes grupos y empresas audiovisuales para proveer de contenidos a *Canalsatélite*. Al mismo tiempo, dichos acuerdos sirvieron para que *Canal Plus* España contase, también, con nuevos

contenidos que mejoraban la oferta de la cadena y alimentaban su nueva faceta de plataforma publicitaria.

Estos tres sucesos fueron, en su mayor parte, los principales impulsores y causantes de los diversos cambios que se produjeron en los contenidos de la cadena durante esta segunda etapa. Unos cambios que fueron, comparativamente con los del primer periodo, menos numerosos y algo más sutiles.

## **2.1. Ficción**

Los espacios de ficción de esta segunda etapa fueron una prolongación de lo que quedó establecido en la última temporada del primer periodo. Como se ha explicado anteriormente, se partió de un firme conocimiento de los gustos e intereses de los abonados, el grueso de la tipología de contenidos de ficción que fueron ofertados en esta segunda etapa no varió, aunque sí que se realizaron otras modificaciones como la creación de nuevos espacios temáticos cinematográficos.

Estas tuvieron dos desencadenantes principales. En primer lugar, la necesidad de conservar y aumentar el número de clientes, llevó a la cadena a tratar de aumentar la variedad de la oferta, sin romper con las bases establecidas. En segundo lugar, los contenidos de ficción fueron especialmente sensibles a la llegada de *Canalsatélite* y sus nuevos canales temáticos. Es decir, se realizaron ciertos cambios en los contenidos de ficción ofertados con la finalidad de redirigir el interés de los abonados hacia el nuevo paquete televisivo que acaba de lanzarse.

### **2.1.1. *El cine: producciones recientes en prime time***

La primera etapa conllevó el asentamiento de los contenidos cinematográficos dentro de la cadena lo que, a su vez, implicó la configuración de la librería de películas del canal. Como ya se ha explicado, esto se materializó en un periodo conformado por numerosos estrenos cinematográficos, que disminuyeron progresivamente conforme el periodo llegaba a su fin.

De esa forma, se inició una segunda etapa en la que la cadena contaba con un

considerable catálogo de películas. Esto supuso que el número de estrenos total del periodo fuese menor en esta segunda etapa que en la primera: 1.294 películas fueron estrenadas en el segundo periodo frente a las 1.356 que se emitieron en el primero.

Siguiendo las pautas marcadas en la primera etapa, la mayoría de los estrenos cinematográficos fueron programados a las 22:00h (Tabla 22). No obstante, es necesario prestar atención a las cifras algo inusuales que se presentan en la temporada 95-96.

En ella se muestra cómo se rompe la tendencia presentada hasta ese momento por la que el número de estrenos de las 22:00 h es muy superior a los programados en otras horas. Esta anomalía se debe a que, durante quince días, en julio de 1996, los estrenos de las 22:00h se trasladaron a las 16:00h con el objetivo de ofrecer, en su lugar, la retransmisión de ciertas competiciones de los Juegos Olímpicos de 1996.

**Tabla 22: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (1993-1996)**

| <b>Temporada</b>        | <b>Emisión 22:00h</b> | <b>Otras horas</b> | <b>Estrenos totales</b> |
|-------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>93-94</b>            | 341                   | 92                 | 433                     |
| <b>94-95</b>            | 338                   | 98                 | 436                     |
| <b>95-96</b>            | 325                   | 100                | 425                     |
| <b>Estrenos totales</b> | 1.004                 | 290                | 1.294                   |

**Fuente: Elaboración propia**

De las 1.004 películas que se estrenaron a las 22:00h, 503 fueron producidas por Estados Unidos en solitario (Tabla 23), 78 por España (Tabla 24) y 423 fueron producciones de otros países o coproducciones en las que participaron Estados Unidos y España (Tabla 25). Al igual que en el periodo anterior, las producciones estadounidenses predominaron el *prime time* de la cadena.

**Tabla 23: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1993-1996)**

| <b>Título español</b>               | <b>Título original</b>            | <b>Director</b>   | <b>Año</b> |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------|------------|
| <i>Algo para recordar</i>           | <i>Sleepless in Seattle</i>       | Nora Ephron       | 1993       |
| <i>Caravana al Este</i>             | <i>Wagons East</i>                | Peter Markle      | 1994       |
| <i>Cheque en blanco</i>             | <i>Blank Check</i>                | Rupert Wainwright | 1994       |
| <i>Clerks</i>                       | <i>Clerks</i>                     | Kevin Smith       | 1994       |
| <i>Cuatro mujeres y un destino</i>  | <i>Bad Girls</i>                  | Jonathan Kaplan   | 1994       |
| <i>Demolition Man</i>               | <i>Demolition Man</i>             | Marco Brambilla   | 1993       |
| <i>El cuervo</i>                    | <i>The Crow</i>                   | Alex Proyas       | 1994       |
| <i>El retorno de las brujas</i>     | <i>Hocus Pocus</i>                | Kenny Ortega      | 1993       |
| <i>Entrevista con el vampiro</i>    | <i>Interview with the Vampire</i> | Neil Jordan       | 1994       |
| <i>La lista de Schindler</i>        | <i>Schindler's List</i>           | Steven Spielberg  | 1993       |
| <i>La muerte os sienta tan bien</i> | <i>Death Becomes Her</i>          | Robert Zemeckis   | 1992       |
| <i>Libre de sospecha</i>            | <i>Above Suspicion</i>            | Steven Schachter  | 1995       |
| <i>Los Picapiedra</i>               | <i>The Flintstones</i>            | Brian Levant      | 1994       |
| <i>Mi chica</i>                     | <i>My Girl</i>                    | Howard Zieff      | 1991       |
| <i>Parque Jurásico</i>              | <i>Jurassic Park</i>              | Steven Spielberg  | 1993       |
| <i>Philadelphia</i>                 | <i>Philadelphia</i>               | Jonathan Demme    | 1993       |
| <i>Rebeldes del swing</i>           | <i>Swing Kids</i>                 | Thomas Carter     | 1993       |
| <i>Reservoir Dogs</i>               | <i>Reservoir Dogs</i>             | Quentin Tarantino | 1992       |
| <i>Sister Act</i>                   | <i>Sister Act</i>                 | Emile Ardolino    | 1992       |
| <i>Speed - Máxima potencia</i>      | <i>Speed</i>                      | Jan De Bont       | 1994       |
| <i>Un mundo perfecto</i>            | <i>A Perfect World</i>            | Clint Eastwood    | 1993       |
| <i>Un poeta entre reclutas</i>      | <i>Renaissance Man</i>            | Penny Marshall    | 1994       |
| <i>Una proposición indecente</i>    | <i>Indecent Proposal</i>          | Adrian Lyne       | 1993       |
| <i>Viaje al infierno</i>            | <i>Hostile Intentions</i>         | Catherine Cyran   | 1995       |
| <i>Wyatt Earp</i>                   | <i>Wyatt Earp</i>                 | Lawrence Kasdan   | 1994       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 24: Muestra de 25 películas de producción española (1993-1996)**

| <b>Título</b>                      | <b>Director</b>         | <b>Año</b> |
|------------------------------------|-------------------------|------------|
| <i>¡¡Semos peligrosos!!</i>        | Carlos Suárez           | 1993       |
| <i>Amor propio</i>                 | Mario Camus             | 1994       |
| <i>Canción de cuna</i>             | José Luis Garci         | 1994       |
| <i>Chechu y familia</i>            | Álvaro Sáez de Heredia  | 1992       |
| <i>Cucarachas</i>                  | Toni Mora               | 1993       |
| <i>Días contados</i>               | Imanol Uribe            | 1994       |
| <i>El baile de las ánimas</i>      | Pedro Carvajal          | 1994       |
| <i>El pájaro de la felicidad</i>   | Pilar Miró              | 1993       |
| <i>El rey del río</i>              | Manuel Gutiérrez Aragón | 1995       |
| <i>Fuera de juego</i>              | Fernando Fernán Gómez   | 1991       |
| <i>Hay que zurrar a los pobres</i> | Santiago San Miguel     | 1991       |
| <i>Jamón, jamón</i>                | Bigas Luna              | 1992       |
| <i>La ardilla roja</i>             | Julio Medem             | 1993       |
| <i>La madre muerta</i>             | Juanma Bajo Ulloa       | 1993       |
| <i>La marrana</i>                  | José Luis Cuerda        | 1992       |
| <i>La pasión turca</i>             | Vicente Aranda          | 1994       |
| <i>La reina anónima</i>            | Gonzalo Suárez          | 1992       |
| <i>Los años oscuros</i>            | Arantxa Lazkano         | 1992       |
| <i>Mal de amores</i>               | Carles Balagué          | 1993       |
| <i>Rosa Rosae</i>                  | Fernando Colomo         | 1993       |
| <i>Siete mil días juntos</i>       | Fernando Fernán Gómez   | 1994       |
| <i>Souvenir</i>                    | Rosa Vergés             | 1994       |
| <i>Tocando fondo</i>               | José Luis Cuerda        | 1993       |
| <i>Todos a la cárcel</i>           | Luis García Berlanga    | 1993       |
| <i>Tres palabras</i>               | Antonio Giménez Rico    | 1993       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 25: Muestra de 25 películas de coproducción (1993-1996)**

| <b>Título español</b>         | <b>Título original</b>                       | <b>Director</b>      | <b>País/Países</b>                                   | <b>Año</b> |
|-------------------------------|----------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------|------------|
| <i>¡Vivir!</i>                | <i>Huo zhe</i>                               | Yimou Zhang          | China<br>Hong Kong                                   | 1994       |
| <i>Caro diario</i>            | <i>Caro diario</i>                           | Nanni Moretti        | Italia<br>Francia                                    | 1994       |
| <i>Chaplin</i>                | <i>Chaplin</i>                               | Richard Attenborough | Reino Unido<br>Francia<br>Italia<br>Japón<br>EE. UU. | 1992       |
| <i>Consejos mortales</i>      | <i>Deadly Advice</i>                         | Mandie Fletcher      | Reino Unido                                          | 1994       |
| <i>Cronos</i>                 | <i>Cronos</i>                                | Guillermo del Toro   | México                                               | 1993       |
| <i>Cuento de verano</i>       | <i>Conte d'été</i>                           | Éric Rohmer          | Francia                                              | 1996       |
| <i>El infierno</i>            | <i>L'enfer</i>                               | Claude Chabrol       | Francia                                              | 1994       |
| <i>Exótica</i>                | <i>Exotica</i>                               | Atom Egoyan          | Canadá                                               | 1994       |
| <i>Farinelli: Il castrato</i> | <i>Farinelli</i>                             | Gérard Corbiau       | Francia<br>Italia<br>Bélgica<br>Reino Unido          | 1994       |
| <i>Historias del Kronen</i>   | <i>Historias del Kronen</i>                  | Montxo Armendáriz    | España<br>Francia<br>Alemania                        | 1995       |
| <i>Indochina</i>              | <i>Indochine</i>                             | Régis Wargnier       | Francia                                              | 1992       |
| <i>La caja</i>                | <i>A Caixa</i>                               | Manoel de Oliveira   | Portugal<br>Francia                                  | 1994       |
| <i>La gente del arrozal</i>   | <i>Neak sre</i>                              | Rithy Panh           | Camboya<br>Francia<br>Suiza<br>Alemania              | 1994       |
| <i>La ley de la frontera</i>  | <i>La ley de la frontera</i>                 | Adolfo Aristarain    | Argentina<br>España                                  | 1995       |
| <i>La niña de tus sueños</i>  | <i>La niña de tus sueños</i>                 | Jesús R. Delgado     | España<br>Francia                                    | 1995       |
| <i>Las cien y una noches</i>  | <i>Les cent et une nuits de Simon Cinéma</i> | Agnès Varda          | Reino Unido<br>Francia                               | 1995       |

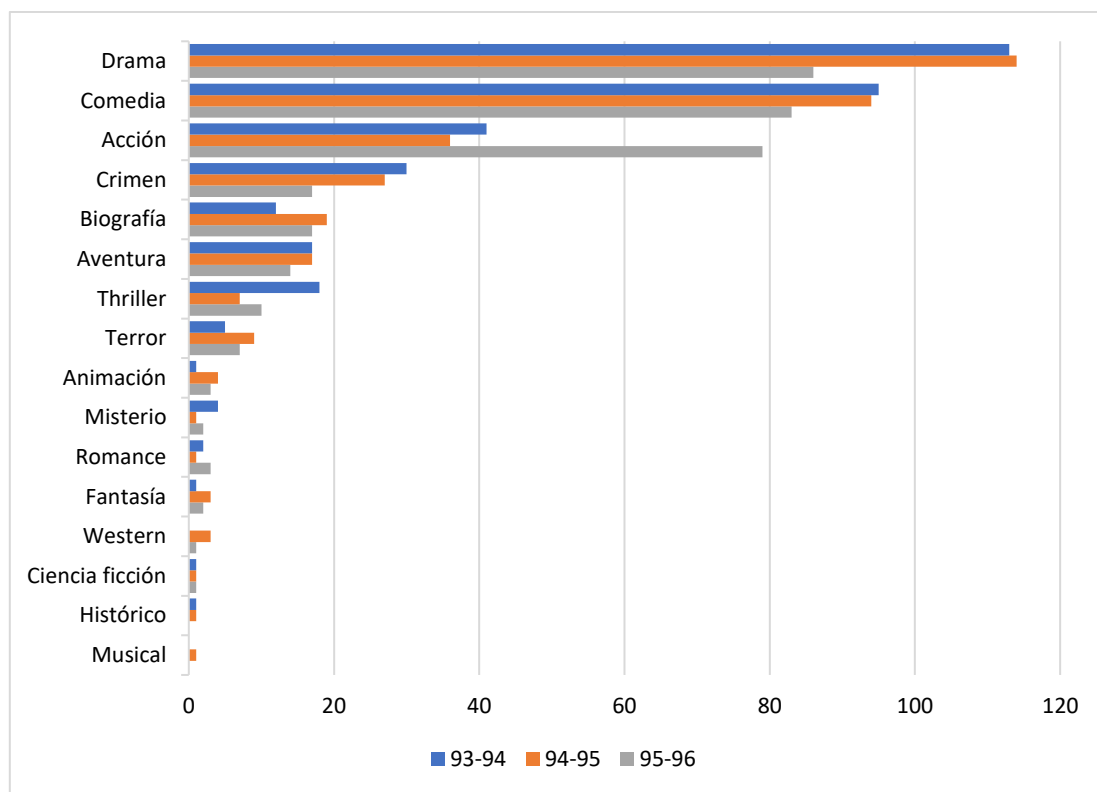
|                             |                                  |                      |                                                        |      |
|-----------------------------|----------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------|------|
| <i>Nostradamus</i>          | <i>Nostradamus</i>               | Roger Christian      | Francia<br>Reino Unido<br>Alemania<br>Rumanía          | 1994 |
| <i>Shopping: de tiendas</i> | <i>Shopping</i>                  | Paul W.S. Anderson   | Reino Unido<br>Japón                                   | 1994 |
| <i>Sin maquillaje</i>       | <i>Abgeschminkt!</i>             | Karja von Garnier    | Alemania                                               | 1993 |
| <i>Sobre la colina</i>      | <i>Over the Hill</i>             | George Miller        | Australia                                              | 1992 |
| <i>Stalingrado</i>          | <i>Stalingrad</i>                | Joseph Vilsmaier     | Alemania                                               | 1993 |
| <i>Tierra y libertad</i>    | <i>Land and Freedom</i>          | Ken Loach            | Reino Unido<br>España<br>Alemania<br>Italia<br>Francia | 1995 |
| <i>Tres colores: Blanco</i> | <i>Trois couleurs:<br/>Blanc</i> | Krzysztof Kieslowski | Suiza<br>Francia<br>Polonia                            | 1994 |
| <i>Tumba abierta</i>        | <i>Shallow Grave</i>             | Danny Boyle          | Reino Unido                                            | 1994 |
| <i>Un caso para dos</i>     | <i>Strange and Rich</i>          | Arvi Liimatainen     | Canadá                                                 | 1994 |

**Fuente: Elaboración propia**

Al analizar más detalladamente los estrenos de las 22:00h, se puede observar que no se produjeron cambios especialmente relevantes entre los dos periodos en lo que respecta a los géneros de las películas programadas (Gráfico 3).

Entre los cambios más notables se encuentra, en primer lugar, el que se produjo entre los géneros predominantes de las películas emitidas. Aunque se mantuvieron la comedia, el drama y la acción como los géneros con mayor presencia para poder seguir atrayendo al público más amplio posible. En esta segunda etapa, el drama se situó como el género que contó con el mayor número de emisiones, superando a la comedia; y el género de acción fue disminuyendo hasta la temporada 95-96, donde experimentó un notable repunte.

**Gráfico 3: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (1993-1996)**



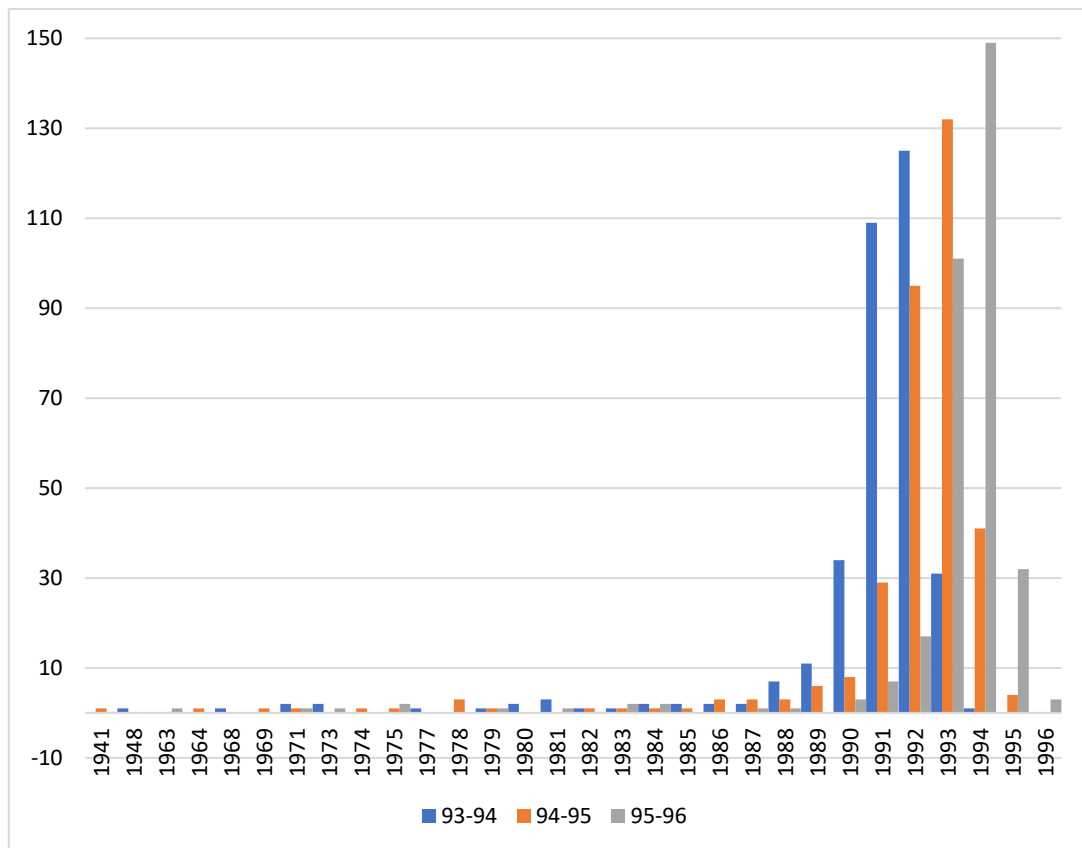
**Fuente: Elaboración propia**

En segundo lugar, se puede observar cómo en esta segunda etapa aparece, por primera vez, el género histórico entre las emisiones de *prime time* y, en contrapartida, desaparecen los contenidos bélicos. Por último, cabe destacar que ciertos géneros aumentaron su presencia en los estrenos emitidos a esta hora, lo cual indica una recepción positiva por parte del espectador de estos contenidos, que llevó a la cadena a impulsar una mayor, aunque aún ligera, diversidad de géneros en los estrenos de las 22:00 h.

Otra cuestión importante que se mantuvo con pocos cambios, además del género de las películas de estreno emitidas en horario de máxima audiencia, fue el año de producción de dichas películas (Gráfico 4). Tal y como sucedió en la etapa anterior, la mayoría de los estrenos emitidos a esta hora eran producciones recientes. Si bien es cierto que esta segunda etapa ofreció películas que, en el conjunto de todo el periodo, presentan una mayor variedad en lo que respecta al año de producción de las películas.



**Gráfico 4: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h**



**Fuente: Elaboración propia**

Muchos de estos cambios, en lo que respecta al género y al año de producción de las películas estrenadas en *prime time*, fueron resultado del propio proceso de evolución de una cadena cuyo objetivo fundamental era crecer. No obstante, hubo otros dos hechos que también influyeron en todos ellos. En primer lugar, la aparición de nuevos espacios temáticos o “noches especiales”.

Los espacios temáticos permitían la programación de películas de estreno a las 22:00h que no necesariamente cumplieran con los criterios de contentar al gran público o de ser producciones recientes, como, por ejemplo, *Muerte en Venecia* (1971) de Luchino Visconti. No eran *Sesiones especiales*, puesto que no se creaban con la intención de dedicar un espacio al cine para minorías; eran secciones que se creaban sobre un tema que servía de criterio para seleccionar ciertas películas: “Las secciones... convierten la programación en una caja de sorpresas, una excusa para recuperar joyas del cine, películas que merecen recuperarse y homenajes a autores o géneros fuera de los circuitos

habituales” (*Canal Plus Revista*, 1994g, p. 12).

Entre las secciones de cine creadas en este periodo caben destacar dos de carácter mensual, ambas surgidas en enero de 1994: *Mi película favorita* y *Colección Canal+*. *Mi película favorita* se basaba en que “un personaje destacado de la cultura, la política o la economía elige una de sus películas extranjeras favoritas para su emisión” (*Canal Plus Revista*, 1994a, p. 8); por ejemplo, Pedro Almodóvar seleccionó *Insertos* (Byrum, 1975).

La emisión de la película se complementaba con “una entrevista en exclusiva con el invitado, que hablará de su cine favorito, de sus recuerdos cinematográficos, sus bandas sonoras, los directores y actores que más le han impresionado, escenas, diálogos, etcétera” (*Canal Plus Revista*, 1994a, p. 8). Por su parte, *Colección Canal+* se centraba en “aquellos filmes que en su día obtuvieron un gran éxito de público y crítica, y que el tiempo convertirá en clásicos” (*Canal Plus Revista*, 1994a, p. 9); por ejemplo, *Memorias de África* (Pollack, 1985).

En segundo lugar, otro evento que influyó en los cambios fue la creación de los canales temáticos *Cinemanía* y *Cineclassics*, ambos ofrecían contenidos exclusivamente cinematográficos. Su aparición repercutió en el incremento de la variedad de las películas emitidas en *Canal Plus* España, tanto a nivel genérico como a nivel del año de producción de las mismas, puesto que, al hacerlo, se estaba mostrando al suscriptor parte de los contenidos cinematográficos a los que podría acceder si contrataba *Canalsatélite*.

En lo que respecta a los estrenos cinematográficos programados fuera de las 22:00h, se mantuvieron casi sin cambios las bases asentadas al final de la primera etapa. En primer lugar, estos estrenos tendieron a ser, en general, producciones no tan recientes. En segundo término, una parte importante de las películas españolas retransmitidas por la cadena fueron estrenadas fuera de la mencionada franja.

En tercer lugar, se confirmó la tendencia del periodo anterior y las *Sesiones especiales* se fueron, poco a poco, difuminando e integrando con el resto de la oferta cinematográfica. Esto provocó que los estrenos programados fuera de las 22:00h estuvieran compuestos, principalmente, por películas españolas (25 en la temporada 93-94, 23 en la 94-95 y 24 en la 95-96, ver

tabla 26) y por películas pornográficas (43 en la temporada 93-94, 37 en la 94-95 y 33 en la 95-96, ver tabla 27).

**Tabla 26: Muestra de 5 películas de *Sesión especial de cine español* (1993-1996)**

| <b>Título español</b>                  | <b>Director</b>         | <b>Año</b> |
|----------------------------------------|-------------------------|------------|
| <i>Plácido</i>                         | Luis García Berlanga    | 1961       |
| <i>Feroz</i>                           | Manuel Gutiérrez Aragón | 1984       |
| <i>Un hombre llamado Flor de Otoño</i> | Pedro Olea              | 1978       |
| <i>Cadáveres para el lunes</i>         | Joaquín Torres          | 1994       |
| <i>Todo falso</i>                      | Raimon Masllorens       | 1993       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 27: Muestra de 5 películas de *Sesión especial X* (1993-1996)**

| <b>Título español</b>  | <b>Título original</b>               | <b>Director</b> | <b>Año</b> |
|------------------------|--------------------------------------|-----------------|------------|
| <i>Aladdin X</i>       | <i>The Erotic Dream of Aladdin X</i> | Luca Damiano    | 1993       |
| <i>Creme de femme</i>  | <i>Creme de Femme</i>                | Bonita          | 1994       |
| <i>Extreme passion</i> | <i>Extreme Passion</i>               | Layne Parker    | 1993       |
| <i>Holly Hollywood</i> | <i>Who Killed Holly Hollywood</i>    | John T. Bone    | 1994       |
| <i>Night Train</i>     | <i>Night Train</i>                   | Paul Thomas     | 1994       |

**Fuente: Elaboración propia**

### **2.1.2. Los cortometrajes y las series de ficción: el predominio de las series de ficción infantiles**

Continuando con lo establecido en la primera etapa, los contenidos cinematográficos se vieron, también en este periodo, complementados por cortometrajes y series de ficción. Los cortometrajes se mantuvieron sin grandes cambios, con una presencia un tanto errática dentro de la parrilla, y desempeñando un papel, principalmente, de transición entre contenidos. Igualmente se mantuvo el programa *Piezas* (Figura 15) como el principal espacio en el que se retransmitían los cortometrajes.

**Figura 15: Cabecera *Piezas* (1995)**



**Fuente: (Colección TV, 2018)**

En lo que respecta a las series de ficción, estas experimentaron un ligero aumento; en este segundo periodo se emitieron 106 series diferentes frente a las 97 de la etapa anterior. De esas 106 series, 67 fueron infantiles (Tabla 28) y 39 para todos los públicos (Tabla 29), lo que supuso un gran incremento para la oferta de series infantiles en comparación con las otras series de ficción, que permaneció casi idéntica.

**Tabla 28: Muestra de 20 series infantiles (1993-1996)**

| <b>Título español</b>            | <b>Título original</b>                               | <b>País/Países</b>    | <b>Años</b> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------------|
| <i>Animaniacs</i>                | <i>Animaniacs</i>                                    | EE. UU.<br>Japón      | 1993-1998   |
| <i>Benjamin Blümchen</i>         | <i>Benjamin Blümchen</i>                             | Alemania<br>Dinamarca | 1988-2002   |
| <i>Cadillacs y dinosaurios</i>   | <i>Cadillacs and Dinosaurs</i>                       | Canadá<br>EE. UU.     | 1993-1994   |
| <i>Don Coyote y Sancho Panda</i> | <i>The Adventures of Don Coyote and Sancho Panda</i> | EE. UU.<br>Italia     | 1990-1993   |
| <i>Doug</i>                      | <i>Doug</i>                                          | EE. UU.<br>Francia    | 1991-1994   |
| <i>Duckman</i>                   | <i>Duckman: Private Dick</i>                         | EE. UU.               | 1994-1997   |

|                                            |                               |                                              |           |
|--------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------|-----------|
| <i>Eek! El gato</i>                        | <i>Eek! the Cat</i>           | Canadá<br>EE. UU.                            | 1992-1997 |
| <i>Garfield y sus amigos</i>               | <i>Garfield and Friends</i>   | EE. UU.                                      | 1988-1995 |
| <i>Gargoyles: Héroes mitológicos</i>       | <i>Gargoyles</i>              | EE. UU.                                      | 1994-1996 |
| <i>Grimmy</i>                              | <i>Mother Goose and Grimm</i> | EE. UU.                                      | 1991-1993 |
| <i>Insektors</i>                           | <i>Insektors</i>              | Francia                                      | 1994      |
| <i>Itsy Bitsy</i>                          | <i>The Itsy Bitsy Spider</i>  | EE. UU.<br>China<br>Taiwan                   | 1994-1995 |
| <i>La máscara</i>                          | <i>The Mask</i>               | EE. UU.                                      | 1995-1997 |
| <i>La tienda de los horrores</i>           | <i>Little Shop</i>            | EE. UU.<br>Francia                           | 1991      |
| <i>Liberad a Willy</i>                     | <i>Free Willy</i>             | EE. UU.<br>Canadá                            | 1994-1995 |
| <i>Mot</i>                                 | <i>Mot</i>                    | Francia                                      | 1996      |
| <i>Phantom 2040: El hombre enmascarado</i> | <i>Phantom 2040</i>           | EE. UU.<br>Francia                           | 1994-1996 |
| <i>Robinson Sucroë</i>                     | <i>Robinson Sucroë</i>        | Francia<br>Canadá<br>Alemania<br>Reino Unido | 1995      |
| <i>Santo Bugito</i>                        | <i>Santo Bugito</i>           | Francia<br>Reino Unido<br>Australia          | 1995      |
| <i>Sauerkraut</i>                          | <i>Sauerkraut</i>             | Alemania                                     | 1992-1993 |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 29: Muestra de 20 series para todos los públicos (1993-1996)**

| <b>Título español</b>           | <b>Título original</b>        | <b>País/Países</b>     | <b>Años</b> |
|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|-------------|
| <i>Ángeles caídos</i>           | <i>Fallen Angels</i>          | EE. UU.                | 1993-1996   |
| <i>Aquí mando yo</i>            | <i>Davis Rules</i>            | EE. UU.                | 1991-1992   |
| <i>Barra libre</i>              | <i>Jack's Place</i>           | EE. UU.                | 1992-1993   |
| <i>Búscate la vida</i>          | <i>Get a Life</i>             | EE. UU.                | 1990-1992   |
| <i>Charlie Hoover</i>           | <i>Charlie Hoover</i>         | EE. UU.                | 1991        |
| <i>Covington Cross</i>          | <i>Covington Cross</i>        | Reino Unido<br>EE. UU. | 1992        |
| <i>Doble urgencia</i>           | <i>Double Rush</i>            | EE. UU.                | 1995        |
| <i>El show de Jackie Thomas</i> | <i>The Jackie Thomas Show</i> | EE. UU.                | 1992-1993   |
| <i>Entrenador</i>               | <i>Coach</i>                  | EE. UU.                | 1989-1997   |
| <i>Espías de guante blanco</i>  | <i>Old Boy Network</i>        | Reino Unido            | 1992        |
| <i>Hotel Room</i>               | <i>Hotel Room</i>             | EE. UU.                | 1993        |
| <i>Kate y Allie</i>             | <i>Kate &amp; Allie</i>       | EE. UU.                | 1984-1989   |
| <i>La pareja basura</i>         | <i>Bottom</i>                 | Reino Unido            | 1991-1995   |
| <i>Los chicos del mañana</i>    | <i>The Tomorrow People</i>    | Reino Unido            | 1992-1995   |
| <i>Mi viejo rockero</i>         | <i>All Together Now</i>       | Australia              | 1991-1993   |
| <i>Mr. Bean</i>                 | <i>Mr. Bean</i>               | Reino Unido            | 1990-1995   |
| <i>Primos lejanos</i>           | <i>Perfect Strangers</i>      | EE. UU.                | 1986-1993   |
| <i>Radio Cincinnati</i>         | <i>WKRP in Cincinnati</i>     | EE. UU.                | 1978-1982   |
| <i>Rik Mayall Presenta</i>      | <i>Rik Mayall Presents</i>    | Reino Unido            | 1993-1995   |
| <i>Roc</i>                      | <i>Roc</i>                    | EE. UU.                | 1991-1994   |

**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la tabla 30, el incremento de la oferta de series infantiles fue introducido de forma progresiva a lo largo de las diversas temporadas de esta segunda etapa. En contrapartida, las series para todos los públicos iniciaron este periodo con una oferta ligeramente superior a la existente en la temporada 92-93 aunque, sin embargo, su diversidad fue disminuyendo conforme avanzó esta segunda etapa.

**Tabla 30: Tipo de serie emitida según temporada (1993-1996)**

| Temporada             | Infantiles | Para todos los públicos |
|-----------------------|------------|-------------------------|
| <b>93-94</b>          | 30         | 31                      |
| <b>94-95</b>          | 28         | 24                      |
| <b>95-96</b>          | 32         | 17                      |
| <b>Series totales</b> | 67         | 39                      |

**Fuente: Elaboración propia**

Este progresivo incremento de la oferta de series infantiles fue consecuencia, parcialmente, de la creación del canal temático *Minimax*. Este era un canal centrado en el público infantil, por lo tanto, una forma de atraer a este público hacia esta nueva cadena y, de esa forma, a *Canasatélite*, era utilizar *Canal Plus* para mostrar que este nuevo canal contaba con capacidad para ofrecer una gran variedad de contenidos.

Por su parte, las series para todos los públicos fueron menos variadas porque se emitieron producciones compuestas por un gran número de temporadas. Además, otro factor que influyó en esta situación fue la decisión de reponer ciertas series en lugar de emitir otras nuevas; ejemplo de ello fue *Primos lejanos* (1986-1993), que fue repuesta debido a su éxito entre el público de la cadena (*Canal Plus Revista*, 1994c, p. 25).

Al margen del tipo de serie de la que se tratase, este contenido mantuvo la función promocional que había adquirido en la primera etapa. Como puede observarse en la tabla 31, el número de series que se retransmitieron en abierto fue predominante a lo largo de todo el periodo.

**Tabla 31: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1993-1996)**

| Temporada    | Emisión abierta | Emisión codificada | Emisión mixta |
|--------------|-----------------|--------------------|---------------|
| <b>93-94</b> | 46              | 16                 | 0             |
| <b>94-95</b> | 36              | 18                 | 0             |
| <b>95-96</b> | 23              | 17                 | 2             |

**Fuente: Elaboración propia**

Cabe destacar que, mientras que el número de series retransmitidas en codificado se mantuvo más o menos estable, las emisiones en abierto se fueron reduciendo conforme avanzaba la etapa. Esto se debió, principalmente, a la menor presencia de las series para todos los públicos y el incremento de las infantiles en programación codificada. Una vez más, esta cuestión se vio influida por la creación de *Minimax*, puesto que, progresivamente, se estaba asignando un mayor valor a las series infantiles.

## **2.2. Contenidos deportivos**

Respetando lo diseñado en el primer periodo, esta segunda etapa fue un tiempo de desarrollo de la oferta de contenidos deportivos. Por un lado, el fútbol se mantuvo como el elemento principal del género, sufriendo variaciones con el objetivo de preservar las ligas previamente existentes en el periodo anterior y, al mismo, tiempo ampliarlas.

Por otro lado, en lo que respecta a las otras prácticas deportivas y demás programas deportivos, ambos experimentaron un notable crecimiento que incrementó la oferta deportiva de la cadena. Cabe destacar que, en relación con las disciplinas deportivas no futbolísticas, la cadena ya conocía más detalladamente los intereses de la audiencia, por lo que se trabajó para ampliar y mejorar la oferta partiendo, en gran medida, de esa información.

La mayoría de estos cambios fueron impulsados por dos de los principales hitos de esta etapa. En primer lugar, el cambio de dirección de la cadena, que favoreció el desarrollo, mejora y ampliación de la oferta deportiva. Y, en segundo lugar, la creación de *Sportmanía* dentro de *Canalsatélite*, puesto que, la necesidad de conseguir contenidos para dicho canal favoreció la realización de acuerdos de retransmisiones deportivas que, en última instancia, favorecieron la emisión de ciertos contenidos en *Canal Plus*.

### **2.2.1. El fútbol: llegada de la Segunda División de la Liga**

Al igual que sucedió con los contenidos cinematográficos, esta segunda etapa fue una prolongación de los fundamentos establecidos en el periodo anterior en lo que al fútbol se refiere. En el centro de toda la oferta de esta disciplina continuó encontrándose la



principal competición del país, la Primera División de la Liga española y, en torno a ella, se situaron otras, algunas de ellas nuevas en la parrilla de la cadena.

En su conjunto, las retransmisiones futbolísticas experimentaron un considerable aumento en esta segunda etapa, con un total de 447 encuentros emitidos: 76 en la temporada 93-94, 180 en la 94-95 y 191 en la 95-96. Resulta especialmente llamativo el descenso de emisiones en la temporada 93-94, incluso por debajo del mínimo de la etapa anterior (101); pero al mismo tiempo, se trató de un hecho aislado puesto que el resto de temporadas (94-95 y 95-96) mostraron un gran crecimiento con el que se superaba el máximo establecido en el primer periodo (126).

La disminución experimentada en la temporada 93-94 se debió, principalmente, a la desaparición de la liga italiana de la oferta regular de la cadena durante ese año por la pérdida de los derechos (Relaño, 1994, p. 3). En esa temporada solo se mantuvieron las retransmisiones regulares de la Primera División de la Liga española, que se programaba los domingos a las 19:00h, y de la liga inglesa, emitida los sábados a las 16:00h.

Por su parte, la temporada 94-95 volvió a ofrecer la retransmisión regular de la liga italiana, habitualmente los domingos en la franja de la sobremesa, al recuperar sus derechos de emisión (Relaño, 1994, p. 3). Además, mantuvo las emisiones regulares de la Primera División de la Liga española, esta vez los domingos a las 19:30h, y de la liga inglesa, los sábados entre las 15:00h y las 16:00h.

Por último, en la temporada 95-96 se produjo una nueva adición a las emisiones futbolísticas regulares, que incrementó la cantidad total final de retransmisiones que se produjeron de este deporte: la Segunda División de la Liga española, que se programaría los domingos a las 12:00h. La Primera División de la Liga española mantuvo la emisión los domingos a las 19:30h, la liga inglesa continuó los sábados entre las 15:00h y las 16:00h, y la liga italiana se trasladó a los miércoles de madrugada.

A todo esto, se añadieron, al igual que en la etapa anterior, retransmisiones puntuales de otras siete competiciones o ligas: Mundial de fútbol 1994, Copa de África de fútbol, Charirty Shield, Trofeo Joan Gamper, Supercopa de Sudamérica, Trofeo Teresa Herrera y la liga brasileña. A grandes rasgos se puede hablar de una segunda etapa en la que el número de competiciones futbolísticas diferentes que se emitieron disminuyó pero que, en conjunto ofreció un mayor número de encuentros de fútbol y de una forma algo más estable.

Además de los diferentes cambios realizados en lo que se refiere a las retransmisiones futbolísticas, también se produjeron alteraciones en lo que respecta a la tecnología empleada para la retransmisión de los encuentros. Siguiendo la tendencia de progresiva innovación sucedida en la etapa anterior, esta segunda etapa experimentó una serie de mejoras que se implementaron en la temporada 94-95, cuando se produjo el cambio de dirección en la cadena.

Por ejemplo, se realizó una ampliación en el número de cámaras utilizadas hasta llegar a las 24. Además, se aumentó la cantidad de unidades móviles utilizadas hasta contar con cuatro (Figura 16).

**Figura 16: Distribución cámaras segunda etapa**



Fuente: (*Canal Plus Revista*, 1994j, p. 13)

### 2.2.2. La otra oferta deportiva: la NBA

En comparación con el fútbol, la oferta deportiva del resto de los deportes programados experimentó una serie de modificaciones considerablemente numerosas y notables. Para empezar, hubo cambios en las disciplinas deportivas que fueron retransmitidas.

En esta segunda etapa se emitieron encuentros de hasta 12 disciplinas deportivas diferentes, lo que supuso la inclusión de nuevas prácticas deportivas en la oferta, al mismo tiempo que otras desaparecieron. Se incluyeron como novedad las disciplinas de balonmano, ciclismo, fútbol playa y tenis; se preservaron atletismo, automovilismo, baloncesto, boxeo, fútbol 7, fútbol americano, golf y rugby. En contrapartida desaparecieron las retransmisiones de sumo, que ya habían experimentado el declive al final del primer periodo.

**Tabla 32: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1993-1996)**

| Deporte                 | Temporada 93-94 | Temporada 94-95 | Temporada 95-96 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Atletismo</b>        | 8               | 7               | 9               |
| <b>Automovilismo</b>    | 0               | 2               | 10              |
| <b>Baloncesto</b>       | 7               | 13              | 81              |
| <b>Balonmano</b>        | 0               | 0               | 8               |
| <b>Boxeo</b>            | 64              | 23              | 11              |
| <b>Ciclismo</b>         | 0               | 2               | 2               |
| <b>Fútbol 7</b>         | 3               | 2               | 3               |
| <b>Fútbol americano</b> | 30              | 49              | 48              |
| <b>Fútbol playa</b>     | 0               | 0               | 2               |
| <b>Golf</b>             | 31              | 23              | 25              |
| <b>Rugby</b>            | 13              | 15              | 9               |
| <b>Tenis</b>            | 0               | 13              | 25              |

**Fuente: Elaboración propia**

Tal y como sucedió en la primera etapa, no todas las disciplinas tuvieron la misma presencia a lo largo de todo el segundo periodo (Tabla 32). En su mayoría, las

retransmisiones de cada práctica deportiva se seleccionaron en base al mismo criterio utilizado en la etapa anterior: el interés e importancia del evento retransmitido.

Por ejemplo, en atletismo se retransmitía la Golden Four, nombre con el que se conoce al conjunto de las cuatro pruebas de atletismo mejor valoradas del mundo: Oslo, Zúrich, Bruselas y Berlín. Otro ejemplo es el fútbol 7, donde se seleccionó para su retransmisión la final del Campeonato de España de Fútbol 7. De entre todas estas prácticas deportivas, es pertinente prestar especial atención, en este periodo, a cuatro de ellas: baloncesto, golf, boxeo y tenis.

#### **a) Baloncesto**

Como se puede apreciar en la tabla 32, el baloncesto experimentó un considerable aumento en el número de retransmisiones de eventos a lo largo de esta segunda etapa. Provenía de un periodo en el cual había sido incorporado de forma tardía a la oferta de la cadena mediante una presencia escasa que se mantuvo al inicio de este segundo periodo (temporada 93-94).

Todo esto comenzó a modificarse en marzo de 1995 (temporada 94-95), poco después del cambio ocurrido en la directiva de la cadena. En ese mes se incrementó la retransmisión de partidos de la NCAA, que habían sido introducidos en el periodo anterior, y se fomentó el interés de la audiencia por ellos resaltando la participación de jugadores españoles en la misma:

Los aficionados al baloncesto podrán seguir en *CANAL+* el desarrollo de la Liga Universitaria Americana de Baloncesto, la NCAA. Todos los jueves de marzo, en horario de madrugada, se emitirá un partido... En abril, se emitirán íntegramente los partidos correspondientes a las semifinales y la final... La presente temporada... tiene el interés añadido para España de la presencia de varios jugadores españoles con peso específico en sus respectivos equipos. (*Canal Plus Revista*, 1995a, p. 15)

Este aumento prosiguió en la siguiente temporada (95-96) gracias a la adquisición, en noviembre de 1995, de los derechos de retransmisión de la NBA, la principal

competición de baloncesto de Estados Unidos, y que anteriormente poseía *TVE* (Astorga, 2016). El objetivo de esta nueva adquisición era, en primer lugar, contentar a los abonados que habían solicitado esta competición a través de las encuestas de la cadena (Such, 2015); en segundo término, aportar más variedad a un contenido que estaba siendo recibido de forma favorable por la audiencia y, en tercer lugar, atraer aún más al público juvenil:

La NBA entrará en *CANAL+* con la fuerza que merece uno de los mayores espectáculos deportivos del mundo... El objetivo es acercar a los abonados lo más actual del baloncesto americano con la mayor rapidez posible y en un horario eminentemente juvenil, muy pocas horas después de jugarse los partidos para que no pierdan interés. (*Canal Plus Revista*, 1995i, p. 15)

Esta nueva competición fue integrada progresivamente en la parrilla de la cadena. Se comenzó con la retransmisión en diferido de un único encuentro semanal: “Cada viernes, Canal + ofrecerá, a partir de las 18.00h, el partido más importante de la jornada que se habrá disputado el día anterior” (*El País*, 1995).

Posteriormente, en marzo de 1996, se aumentó a dos encuentros semanales, uno de ellos en directo: “Los encuentros de la Liga de Baloncesto Profesional Americano, la NBA, se emiten en directo en *CANAL+* los miércoles, a las 2:00 de la madrugada; y en diferido, los viernes, a las 17.30” (Segurola, 1996, p. 24). Esta evolución estuvo influida por el inicio de la emisión en pruebas de *Sportmanía* durante ese mismo mes, donde se retransmitían, inicialmente, hasta tres partidos semanales de la NBA, parte de ellos en directo (Astorga, 2016; *Canal Plus Revista*, 1996b, p. 37).

La retransmisión de partidos en directo fue especialmente relevante para la historia de *Canal Plus* y de la televisión en España, puesto que fue la primera vez que se hizo de forma regular. Hasta ese momento la NBA solo había llegado a las pantallas españolas de dos formas a través de *TVE*; por un lado, con emisiones muy esporádicas de partidos en directo de *All-Star* y, por otro, a través del programa contenedor deportivo, *Cerca de las estrellas*, creado en 1988 (Cadena Ser, 2020; Such, 2011).

Este periodo fue muy importante para el asentamiento del baloncesto en *Canal Plus*,

concretamente para la NBA, que se convirtió en un importante icono para la cadena. De hecho, esta competición sobrevivió el paso de los años y los numerosos cambios empresariales a los que fue sometido el canal, dando origen a futuros programas y canales temáticos en años posteriores (Cano, 2017).

### **b) Golf**

Como se puede observar en la tabla 32, el golf prosiguió con la tendencia de crecimiento establecida en la etapa anterior e incrementó sus retransmisiones de eventos. Dicho aumento se consiguió debido a las nuevas competiciones que se añadieron en la temporada 93-94 a las retransmisiones ya existentes, una consecuencia de la política de expansión y desarrollo que se comenzó a implementar en esa temporada.

Mientras que, en la primera etapa, *Canal Plus* España logró adquirir los derechos de emisión del *Grand Slam*, nombre con el que se conoce al conjunto de cuatro de los grandes eventos golfísticos del año: *Masters de Augusta*, *Campeonato de la P.G.A.*, *Abierto de los Estados Unidos* y *Abierto Británico*. En la temporada 93-94, tres eventos más se añadieron a esta oferta: *Ryder Cup*, *Royal Green Cup* y *Volvo Masters*.

De estos tres, cabe destacar el *Volvo Masters* por tratarse del primer evento de golf cuya realización fue ejecutada por *Canal Plus* España, lo que reflejaba, una vez más el buen funcionamiento económico de la cadena:

La retransmisión del campeonato de golf del Volvo Masters será la primera producción que *CANAL+* realice en este deporte. Para este acontecimiento, las tareas de realización estarán compartidas con la PGA Tour Productions, empresa que la Asociación Profesional de Golf ha creado para asegurar la retransmisión de torneos en los diferentes países por los que se desarrolla el circuito europeo. (*Canal Plus Revista*, 1993c, p. 15)

### **c) Boxeo**

El boxeo se estableció, como en la etapa anterior, como uno de los deportes con mayor presencia en la parrilla de la cadena, después del fútbol. Por ello, resulta

especialmente llamativo la menguante presencia que tuvo esta disciplina en el segundo periodo y que se debió, en gran medida, a dos cuestiones.

La primera fue un aumento de las retransmisiones de los enfrentamientos de boxeo en España durante la temporada 94-95 lo que provocó que, en esa temporada, la emisión de competiciones extranjeras disminuyera, siendo estas los eventos más numerosos:

Respondiendo al interés de los aficionados, el boxeo aumenta su presencia en *CANAL+* con un nuevo proyecto. Ofrecer todos los meses una velada de boxeo donde los protagonistas serán, fundamentalmente, los púgiles españoles... Un punto de encuentro donde una vez al mes tendremos la oportunidad de tomar el pulso al boxeo español, que ahora parece tener un potencial humano joven y con un futuro prometedor. (*Canal Plus Revista*, 1994h, p. 29)

En segundo lugar, el gran descenso en la oferta de estos eventos se produjo en la temporada 95-96 y se debió, en gran medida, a la creación del canal temático *Sportmanía*. La creación de esta nueva cadena resultó decisiva en el traspaso de parte de los combates de boxeo de *Canal Plus* España a *Sportmanía*, hecho que se inició en marzo de 1996:

*Sportmanía* es un nuevo canal monotemático dedicado exclusivamente al deporte en todas sus manifestaciones, que nace tras la creciente demanda de estos temas por parte de la sociedad... Se ofrece un programa semanal de una hora y media de duración dedicado al boxeo. (*Canal Plus Revista*, 1996b, pp. 36-37)

Este movimiento de contenidos se debió a un intento por atraer suscriptores a *Canalsatélite* por medio de la oferta de los contenidos deportivos más exitosos de la *Canal Plus* España. Por otra parte, el incremento de la oferta en el baloncesto también influyó en esta transferencia de contenidos que se llevó a cabo.

#### **d) Tenis**

Una de las novedades en las retransmisiones deportivas de esta segunda etapa fue la inclusión del tenis dentro de la oferta regular de la cadena. Fue un fenómeno repentino, sin ninguna emisión esporádica previa que pudiera servir para tantear la reacción de los abonados a dicho contenido.

El tenis comenzó a emitirse tras el cambio de dirección de la cadena, en la temporada 94-95, con la retransmisión del torneo de Wimbledon, uno de los más importantes de esta disciplina. El evento se retransmitió de forma íntegra gracias a que la cadena había logrado asegurarse los derechos en exclusiva de emisión del torneo, un acuerdo que tenía una duración de cuatro años (*Canal Plus Revista*, 1995f, p. 4).

Además de esto, en esta primera temporada, la 94-95, *Canal Plus* España retransmitió un torneo de tenis de tres días en el que se enfrentaron los históricos equipos español y australiano que jugaron en 1965 y 1967 la final de la Copa Davis (*Canal Plus Revista*, 1995d, pp. 16-19).

Por último, es necesario señalar que en esta segunda etapa se produjo la única retransmisión de la historia de *Canal Plus* España de uno de los acontecimientos deportivos más importantes a nivel mundial: los Juegos Olímpicos de Atlanta 1996. Este suceso no solo fue importante para la cadena, sino, también, para el conjunto de la televisión en España, puesto que fue la primera vez en la que este evento fue retransmitido por un canal de televisión privado.

No obstante, *Canal Plus* no pudo asegurarse los derechos de emisión en exclusiva, por lo que, en abril de 1996, llegó a un acuerdo con *TVE* para poder retransmitir el evento entre ambos. En dicho acuerdo, hubo prácticas deportivas que quedaron en manos exclusivamente de una de las dos cadenas, otras acordaron emitirse en ambos canales y, en todo momento, *TVE* trató de asegurarse los derechos de aquellas prácticas con mayor presencia nacional:

Los deportes adquiridos en exclusiva por Canal + ... son los siguientes: baloncesto, tiro con arco, badminton, béisbol, boxeo, tenis de mesa, pentatlón moderno, softbol (exhibición), halterofilia y lucha. Televisión Española podrá retransmitir, sin



embargo, aquellas pruebas en las que se produzca una destacada participación de deportistas españoles. Canal + compartirá además con TVE la transmisión de otra serie de deportes: ciclismo (las pruebas en pista), natación (todas las pruebas de saltos), gimnasia rítmica, balonmano, hockey, tiro, kayak-piragüismo, mountain-bike, hípica, remo, judo, voley playa, voleibol y fútbol. En este último deporte, Televisión Española se reserva el derecho para la emisión de una semifinal y la final. (*El País*, 1996)

Durante julio y agosto de 1996, la cadena emitió hasta 115 eventos deportivos de los que conformaron los Juegos Olímpicos, 24 de ellos en directo (*Canal Plus Revista*, 1996c, p. 32). Su implicación llegó hasta el punto en el que modificaron los horarios de retransmisión de otros contenidos de gran relevancia para la cadena:

*Canal+*... modificará su programación. A partir del día 20 se dedicará a los JJ OO [Juegos Olímpicos] un amplio bloque horario, que abarca desde las 20.30 a las 6.00. De 20.30 a 21.30, el equipo de deportes de *Canal+* realizará un *magazine* diario que recogerá las mejores imágenes de todo lo que suceda en las sedes olímpicas. Por otra parte, *Canal+* emitirá a lo largo de su programación, y aprovechando los momentos de descanso o final de prueba de sus retransmisiones, pequeños resúmenes que mantendrán la actualidad sobre las competiciones que se estén celebrando. (*Canal Plus Revista*, 1996d, pp. 40-41)

La retransmisión de este evento tuvo un doble propósito. Por una parte, era una manera de variar la oferta deportiva de la cadena. Y, por otra, una estrategia de promoción del nuevo canal, *Sportmanía*, porque las retransmisiones cuyos derechos poseía *Canal Plus* fueron repartidas entre los dos canales de forma que, en conjunto, ofrecieron una cobertura 24 horas del evento:

*CANAL+* retransmite por primera vez en su corta historia los Juegos Olímpicos, una cita con el deporte mundial, que este año cumple en Atlanta su centenario... *Sportmanía*, la cadena deportiva de Canalsatélite, compartirá con *CANAL+* la

emisión de los XXVI Juegos Olímpicos de la era moderna, dedicando toda su programación (24 horas) a este gran acontecimiento. (*Canal Plus Revista*, 1996e, p. 5)

### **2.2.3. Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos**

En lo que respecta a los programas deportivos de *Canal Plus* España, estos experimentaron algunas modificaciones; concretamente *Informativos deportivos* (1991-1995), *El tercer tiempo* (1990-2005), *Transworld Sport* (1990-2005) y *El día después* (1990-2005).

La única modificación que sufrió el programa *Informativos deportivos* consistió en un cambio de denominación. Coincidiendo con el cambio de directiva del canal, en enero de 1995 (temporada 94-95), este espacio pasó a denominarse *Contrarreloj* (1995-2005), un nombre más original y dinámico, que hacía una clara referencia al mundo del deporte.

*El tercer tiempo*, a partir de la temporada 94-95, dobló su tiempo de emisión, pasando a durar 120 minutos. Ello provocó que el espacio cambiase el formato, manteniendo su esencia de programa de resumen deportivo, para poder acomodar todo el tiempo extra que se le había asignado. Por ello el programa amplió su cobertura e incluyó nuevas secciones como *El laboratorio* o *Lo imprescindible*:

En su nueva etapa... los abonados de CANAL+ tienen la oportunidad de ver lo ocurrido en la jornada de la Liga española de Primer División y también en las Ligas inglesa, italiana y alemana. *El tercer tiempo* incluye además los goles de Segunda División y lo más destacado de otras Ligas del mundo, como la argentina o la francesa. (*Canal Plus Revista*, 1994l, p. 21)

*Transworld Sport* mantuvo su condición de programa resumen deportivo intacta, al igual que su duración, 60 minutos. El aspecto que modificó fue su horario de emisión. En la temporada 93-94 el espacio se programó a los sábados a las 14:05h, todo lo cual se respetó el resto del periodo. En la temporada 95-96 se produjo un segundo cambio, se

estableció una redifusión codificada de este espacio en la madrugada del viernes al sábado, sobre las 5:30h.

*El día después* también mantuvo su estructura y duración, 60 minutos. Sin embargo, alteró ligeramente su horario de retransmisión. A su emisión regular de los lunes a las 20:30h se añadió, en la temporada 94-95, una segunda emisión codificada en multidifusión en la madrugada del domingo al lunes, a las 6:50h.

En general, todas estas modificaciones se debieron, principalmente, al cambio de directiva de la cadena y a la ampliación de las horas de emisión, con la que se proyectó una ampliación de emisiones deportivas: “CANAL+ amplía el horario de su programación a 24 horas. Los abonados tendrán así oportunidad de ver más deporte” (*Canal Plus Revista*, 1994i, p. 31).

Además, surgieron nuevos espacios deportivos que complementaron las emisiones deportivas de las disciplinas que se incorporaron a la oferta programática. Concretamente se crearon cuatro programas nuevos: *NBA en acción* (1995-2005), *Más deporte* (1995-2005), *Fútbol mundial* (1996-2005) y *Birdie* (1994-2005). De todos ellos, cabe destacar *NBA en acción* y *Birdie* por ofrecer contenidos más originales, ya que el resto de los programas de nueva creación se centraban en el fútbol.

*NBA en acción* fue un programa de resumen deportivo centrado en la liga NBA de baloncesto. Se creó en diciembre de 1995 (temporada 95-96) para complementar, y promocionar, las retransmisiones de los partidos de la NBA que se habían añadido esa misma temporada a la parrilla de la cadena. Tenía una duración de unos 25 a 30 minutos, y se emitía los domingos sobre las 18:00h, casi siempre en abierto, antes del *Previo* al partido de Primera División de la Liga.

*Birdie* fue un programa de resumen deportivo centrado en el golf que surgió a inicios de la temporada 93-94, cuando se amplió la oferta de eventos de este deporte. Se trataba de un espacio de unos 30 minutos de duración, que se retransmitía todos los sábados a las 9:30 de la mañana en abierto, por lo que también servía de promoción de este deporte para los no abonados.

Por lo tanto, en conjunto, la segunda etapa contó con un total de nueve programas deportivos: *El tercer tiempo*, *Transworld Sport*, *Boxeo*, *Informativos deportivos/Contrarreloj*, *El día después*, *NBA en acción*, *Más deporte*, *Fútbol mundial* y

*Birdie*. Un notable aumento de la oferta que reflejaba la apuesta de la cadena por los contenidos deportivos y permitía, nuevamente, diferenciar a *Canal Plus* del resto de canales, especialmente de los privados.

**Tabla 33: Resumen de los programas deportivos emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS DEPORTIVOS           |             |          |            |           |
|--------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|
| Nombre                         | Días        | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Boxeo</i>                   | L           | 60'      | Codificado | 93-94     |
| <i>El día después</i>          | L           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>El tercer tiempo</i>        | D           | 20'      | Codificado |           |
| <i>Informativos deportivos</i> | L-M-X-J-V   | 6'       | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i>        | S           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Contrarreloj</i>            | L-M-X-J-V-S | 7'       | Abierto    | 94-95     |
| <i>El día después</i>          | L-M         | 60'      | Mixto      |           |
| <i>El tercer tiempo</i>        | D           | 120'     | Codificado |           |
| <i>Birdie</i>                  | S           | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Informativos deportivos</i> | L-M-X-J-V   | 6'       | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>             | L-M-X-J-V-D | 30'      | Mixto      | 95-96     |
| <i>Transworld Sport</i>        | S           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Contrarreloj</i>            | L-M-X-J-V   | 7'       | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>          | L-M         | 60'      | Mixto      |           |
| <i>El tercer tiempo</i>        | D           | 120'     | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>          | V           | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Birdie</i>                  | S           | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>             | L-M-X-J-V   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>NBA en acción</i>           | D           | 25'      | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i>        | V-S         | 60'      | Mixto      |           |

Fuente: Elaboración propia

### 2.3. Contenidos taurinos

Las retransmisiones taurinas se incorporaron definitivamente a la parrilla de la cadena en la segunda temporada, con la adquisición de los derechos de retransmisión de la Feria de San Isidro. Desde ese momento, estos contenidos fueron gradualmente evolucionando dentro de la cadena con la inclusión de más eventos, mejoras técnicas para las retransmisiones y creación de programas sobre tauromaquia.

Este proceso de evolución prosiguió, y en parte se intensificó, en esta segunda etapa. A las emisiones de grandes acontecimientos taurinos como la Feria de San Isidro, se sumaron, en la temporada 93-94, las retransmisiones de algunos festejos de la Feria de Salamanca, alguna corrida de la Feria de Abril y, también, de la Feria de Albacete.

Posteriormente, siguiendo en la línea de ampliar las retransmisiones de eventos

taurinos, se incorporó en la temporada 94-95 la retransmisión del Encuentro Internacional de Escuelas de Tauromaquia, presente en la parrilla de la cadena hasta la temporada 96-97. Un evento organizado en Madrid en el que los futuros profesionales del toreo podían mostrar sus habilidades:

Cuando *CANAL+* quiso abrir el abanico de retransmisiones y decidió ofrecer festejos taurinos, se fijó precisamente en la actividad de estas escuelas [taurinas]... Este mes, *CANAL+* retransmite el I Encuentro Internacional de Escuelas de Tauromaquia, que se celebrará en la plaza de Chinchón (Madrid)... Los abonados podrán apreciar la competición entre representantes de las escuelas taurinas de Madrid, Sevilla, Valencia, Málaga, Salamanca, Albacete, Jerez de la Frontera, Nîmes (Francia) y Cali (Colombia). (*Canal Plus Revista*, 1995e, p. 27)

En el conjunto de esta segunda etapa, la cadena retransmitió un total de 90 encuentros taurinos de diversa índole, 30 en cada temporada. En la base de todos ellos siempre se encontraba la Feria de San Isidro y, en las temporadas 94-95 y 95-96, también los Encuentros Internacionales de Escuelas de Tauromaquia.

De manera complementaria a estas retransmisiones, la cadena puso en marcha el programa *El planeta de los toros* (1994-2002) (*El planeta del toro* durante la temporada 93-94), un magacín taurino de unos 60 minutos de duración que sustituyó a *En todo lo alto* (1992-1993) en este segundo periodo. El espacio se emitió quincenalmente y entre semana, principalmente los jueves en la franja de la tarde y, al igual que el programa que le precedió, había meses en los que este espacio desaparecía de la parrilla:

*CANAL+* pone en marcha *El planeta del toro*, un nuevo programa especial dedicado al mundo de la Fiesta y sus protagonistas. El espacio... analizará en profundidad la fiesta de los toros, su historia, su desarrollo en Europa y América, los viejos maestros, la lidia, las dinastías taurinas, etcétera. (*Canal Plus Revista*, 1994d, p. 18)

**Tabla 34: Resumen de los programas taurinos emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS TAURINOS             |      |          |            |           |
|--------------------------------|------|----------|------------|-----------|
| Nombre                         | Días | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>El planeta del toro</i>     | J    | 60'      | Codificado | 93-94     |
| <i>El planeta de los toros</i> | J    | 60'      | Codificado | 94-95     |
| <i>El planeta de los toros</i> | J    | 60'      | Codificado | 95-96     |

**Fuente: Elaboración propia**

## 2.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea

En lo que respecta a los otros contenidos de entretenimiento, espacios musicales y miscelánea, cada uno tuvo un desarrollo diferente en esta segunda etapa, aunque similar en cuanto a que, en ambos casos, se tendió hacia una ampliación de la oferta como sucedió con el resto de contenidos del periodo.

En el caso de los espacios musicales, las variaciones fueron reducidas, estableciéndose una clara diferencia entre emisiones en abierto y en codificado. Aquellas destinadas, mayoritariamente, a la retransmisión codificada, contaron con un mayor y más notable incremento en relación con la variedad. Por el contrario, las destinadas a la emisión en abierto, sufrieron pocos cambios porque ya se había generado una oferta eficaz.

Por el contrario, en el caso de los espacios miscelánea, sí que soportaron modificaciones notables, al margen del tipo de retransmisión. Además de expansivas, estos cambios fueron, en algunos casos, una clara forma de demostrar que la cadena ofrecía programas diferenciadores, como se verá a continuación. Cabe resaltar que parte de estos cambios fueron motivados por la aparición de *Canalsatélite* y el cambio de dirección de la cadena.

### 2.4.1. Contenidos musicales: ligero aumento de la oferta musical

Al igual que en la etapa anterior, los contenidos musicales de este segundo periodo estuvieron compuestos, mayoritariamente, por dos tipos de emisiones: eventos musicales y programas musicales. Los cambios sucedidos a los eventos musicales se centraron en un considerable aumento de la presencia de este contenido en la parrilla.

Mientras que en la etapa anterior se retransmitieron un número reducido de conciertos o eventos musicales, en este segundo periodo la cantidad de emisiones de este tipo aumentó hasta 14 como, por ejemplo, el Concierto de Madonna: The Girlie Show (15-1-1994) o el Concierto de U2 (27-11-1993).

Respecto a los programas musicales, la cadena emitió ocho programas diferentes esta segunda etapa; los siete del primer periodo más uno que se añadió en esta nueva fase: *On music* (1996-1997). Los ya establecidos de la etapa anterior mantuvieron su estructura intacta, modificando solo su horario de emisión, aunque nada demasiado drástico.

Sin embargo, a pesar de la ausencia de modificaciones en los programas en sí, es pertinente mencionar dos cuestiones relevantes en relación con dos de los siete programas heredados de la etapa anterior: *Videominuto* (1992-1994) y *Buenos días, buenos clips* (1990-1997). Por un lado, *Videominuto* solo estuvo presente durante la temporada 93-94, posteriormente fue eliminado de la parrilla.

**Figura 17: *Buenos días, buenos clips*, cabecera de 1995**



**Fuente: (Guinarte, 2012)**

Por otro lado, *Buenos días, buenos clips* (Figura 17) supone un caso curioso, puesto que se trató de un programa que solo estuvo presente una temporada durante el periodo inicial, como ya se ha comentado. Tras tres temporadas de ausencia, el programa volvió a la programación de la cadena; es decir, no fue descartado por completo. *Canal Plus* España trajo de vuelta este espacio en la temporada 94-95, en esta ocasión el programa

207

se emitió durante tres temporadas, hasta la 96-97, y su emisión se retrasó hasta las 9:00h.

Su duración se mantuvo en algo más de 50 minutos durante las temporadas 94-95 y 96-97, aunque se redujo a 25 minutos en la temporada 95-96. Sus días de emisión también cambiaron, en mayor o menor medida, en estas tres temporadas. La temporada 94-95 se emitió de lunes a sábado, la temporada 95-96 de lunes a viernes y la temporada 96-97 o los lunes o los jueves.

En lo que respecta a la nueva incorporación ocurrida en la temporada 95-96, *On music* se trataba de una nueva propuesta de magacín musical centrado en las novedades musicales con una puesta en escena diferente: “*On Music* presenta una imagen realizada por ordenador que supone una estética diferente a la utilizada habitualmente en este tipo de espacios” (Flo, 1996, p. 46).

El espacio tenía una duración de 25 minutos, se emitía los jueves y los domingos a las 9:25h y a las 14:00h, y estaba compuesto por 4 secciones: *Directo de la semana*, *Lista del mundo*, *Perfil* y *Banda sonora*:

Este espacio... nace con la vocación de ser un lugar de encuentro para todo aquel que esté interesado en conocer lo que sucede en el mundo de la música y en las diferentes manifestaciones que le rodean. La realización de *On Music* pretende ser una propuesta novedosa e imaginativa dentro del lenguaje televisivo.... Además de estas secciones [(*Directo de la semana*, *Lista del mundo*, *Perfil* y *Banda sonora*)], *On Music* mostrará a través de diversos reportajes exclusivos... todo aquello que refleje la actualidad musical de los últimos días. (Flo, 1996, p. 46)

A estos dos tipos de retransmisiones se añadió, en este periodo, un tercero que ni era un programa, ya que le faltaba periodicidad, ni era un evento. Se trataba de un contenido ligeramente similar al reportaje o al documental, consistente en una única emisión de una pieza audiovisual en la que se ofrecían contenidos musicales centrados en una temática concreta. Se retransmitieron seis piezas de estilos musicales muy variados: *Bandas sonoras 1993* (1993), *Bandas sonoras 1995* (1995), *Bandas sonoras 1994* (1994), *Especial Beatles* (1995), *Andanzas: Tendencias de la danza en España* (1994) y *Los jóvenes flamencos* (1994).



**Tabla 35: Resumen de los programas musicales emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS MUSICALES              |             |          |            |           |
|----------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|
| Nombre                           | Días        | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Del 40 al 1</i>               | S-D         | 60'/55'  | Abierto    | 93-94     |
| <i>El gran musical</i>           | L-D         | 55'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M           | variable | Codificado |           |
| <i>Videominuto</i>               | M-X-J-V-S   | 55'      | Abierto    |           |
| <i>Buenos días, buenos clips</i> | L-M-X-J-V-S | 50'      | Abierto    | 94-95     |
| <i>Del 40 al 1</i>               | S-D         | 60'/55'  | Abierto    |           |
| <i>El gran musical</i>           | D           | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M           | variable | Codificado |           |
| <i>Buenos días, buenos clips</i> | L-M-X-J-V   | 25'      | Abierto    | 95-96     |
| <i>Del 40 al 1</i>               | S-D         | 60'/50'  | Abierto    |           |
| <i>El gran musical</i>           | J-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M           | variable | Codificado |           |
| <i>On music</i>                  | J-D         | 30'      | Abierto    |           |

Fuente: Elaboración propia

#### 2.4.2. Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: mejora de la oferta

En lo que respecta a los contenidos miscelánea de este segundo periodo, al igual que con otros contenidos previamente analizados, no se realizaron cambios excesivamente bruscos. De nuevo, esta categoría estuvo compuesta por retransmisiones de eventos, diversos espacios de humor y programas magazines.

En el caso de los dos primeros, retransmisiones de eventos y espacios de humor, las diferencias con respecto a la primera etapa fueron relativamente pequeñas. En este segundo periodo llegaron a retransmitirse hasta 12 eventos, sin contar las Campanadas de Año Nuevo ni el Discurso del Rey de Navidad, entre los que destacaron: Premios Oscar, Festival de Cine de San Sebastián y Festival de Cine Porno de Las Vegas.

De entre todos ellos, prestando especial atención a las adiciones de este periodo, cabe destacar el Festival de Cine de San Sebastián. Este evento fue incluido en la temporada 94-95, y su relevancia reside, en parte, en que su inclusión dentro de la oferta de la cadena fue producto del patrocinio, por parte de la cadena, de dicho Festival.

Esta situación fue, a su vez, consecuencia de la aparición de los canales temáticos de

cine de *Canalsatélite* ya que facilitaba la obtención de los derechos de retransmisión de películas por parte de la cadena: “Con esta iniciativa, la cadena de televisión desea continuar con su apoyo dedicado al cine de más reciente actualidad” (*Canal Plus Revista*, 1994f, p. 18). Al mismo tiempo, esto suponía una oportunidad de negocio para el *Grupo Prisa*, al facilitarle la creación de producciones y coproducciones audiovisuales en el futuro.

En lo que respecta a los espacios de humor, estos siguieron consistiendo, principalmente, en programas de humor importados de otros países, como por ejemplo *Saturday Night Live* (Michels et al., 1975-presente), y en programas de *zapping*. Aunque su programación seguía siendo poco predecible, es posible percibir una menor presencia de este tipo de contenidos al contar con una oferta programada consolidada y establecida en esta segunda etapa.

En contraposición con la emisión de eventos y los programas de humor, los magazines presentaron dos modificaciones especialmente relevantes. En primer lugar, el espacio *Lo + Plus* (1990-2005) sufrió dos reestructuraciones diferentes. La primera fue leve y sucedió en la temporada 93-94, consistió en aumentar el énfasis en la faceta juvenil y social del programa bajo la creación de cuatro nuevas secciones: *Gentes*, *Firmas*, *Pistas* y *News* (*Canal Plus Revista*, 1993d, p. 26). También se modificó su horario de emisión, estableciéndolo los martes y sábados a las 8:30h y a las 21:00h.

A inicios de la siguiente temporada, 94-95, este horario cambió y la emisión del programa se trasladó a los domingos a las 13:00h. Fue un cambio propiciado por la ampliación en el horario de emisión de la cadena a 24 horas (*Canal Plus Revista*, 1994i, p. 31). No obstante, este cambio solo duró hasta abril de 1995, cuando se produjo el segundo cambio importante del programa.

La segunda reestructuración de *Lo + Plus* fue más profunda, afectando a su estructura, ejecución y contenido hasta el punto de que se consideró que el programa era un nuevo espacio dentro del canal. Esta reestructuración se llevó a cabo en la temporada 94-95, tras el cambio de dirección de la cadena, convirtiéndose en uno de los símbolos que marcaban la nueva etapa.

Esta nueva versión de *Lo + Plus*, que seguía siendo un magacín social, estaba adaptada del programa *Nulle Part Ailleurs* (Bonaldi et al., 1987-2001) de *Canal Plus* Francia. Cada programa se organizaba en torno a un personaje famoso invitado, se

creaban pequeñas secciones de actualidad y de humor (como los guiñoles), y todo ello en un ambiente distendido.

Además de esto, el programa incrementó su regularidad, emitiéndose de martes a viernes a las 20:30h; al mismo tiempo, también aumentó la duración del programa hasta los 60 minutos, lo que la hacía competir con los informativos de las otras cadenas (Rivas, 1996). El espacio se definió más claramente como un magacín de actualidad cultural enfocado en mostrarla de forma diferente, al mismo tiempo que patrocinar los contenidos de la cadena:

[*Lo + Plus*] es una entrevista, pero también pretende ser algo más: una conversación entretenida con aquellas personas que forman parte de la programación de *CANAL+*. Es una nueva forma de acercarse a los protagonistas de las películas, las corridas de toros o los partidos de fútbol. Es, en definitiva, una manera distinta de abordar la cultura, el espectáculo y el deporte en la televisión. (*Canal Plus Revista*, 1995c, p. 18)

En la siguiente temporada (95-96), el programa siguió incorporando novedades sobre la base de lo establecido en la temporada 94-95. La más importante de esas novedades fue la incorporación de los muñecos del guiñol, uno de los principales iconos de *Canal Plus* España, en la nueva sección *Las noticias del guiñol*:

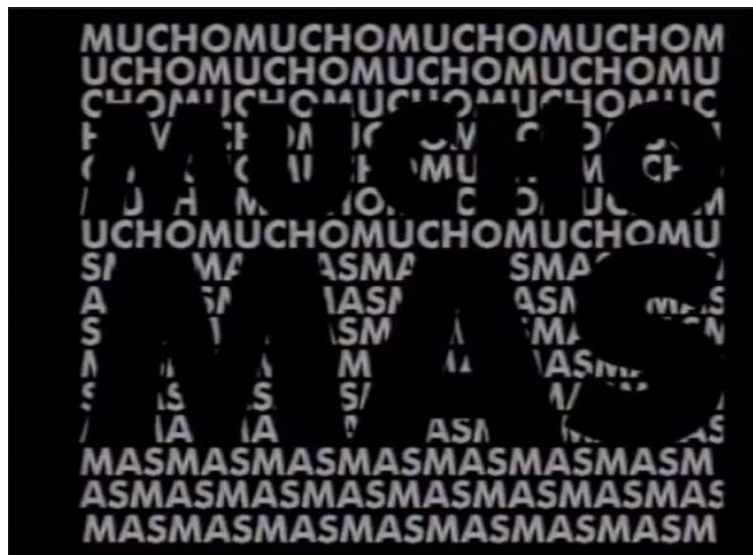
Una de las novedades más destacadas de esta nueva temporada de *Lo + Plus* será la presencia de unos guiñoles, muñecos de látex realizados a tamaño real que reproducen algunos de los personajes más populares de la política, el espectáculo y la cultura... Los guiñoles aparecerán en una sección del programa, *Las noticias del guiñol*, comentando en clave de humor los distintos puntos de interés de la actualidad. (*Canal Plus Revista*, 1995g, p. 38)

El segundo cambio especialmente relevante que se produjo en el ámbito de los magacines tuvo lugar en la temporada 94-95: la creación de *Mucho más* (1994-1996)

(Figura 18). El programa tenía una duración de 30 minutos, se emitía tres veces por semana (miércoles a las 9:25h, los sábados a las 20:30h y los domingos a las 17:55h) y desapareció tras la temporada 95-96. A grandes rasgos el espacio se definía como un magacín social y cultural de actualidad:

El nuevo espacio centrará sus contenidos en los reportajes de actualidad, la moda, la crónica social de la semana y la agenda cultural. Habrá una sección de consejos de belleza... se ofrecerán entrevistas realizadas por personajes no necesariamente periodistas, y se abordarán también las últimas tendencias en publicidad y artes. (*Canal Plus Revista*, 1994m, p. 32)

**Figura 18: Cabecera *Mucho Más* (1995)**



**Fuente: (Luis Miguel Pedrero Esteban, 2016)**

Por último, tras todos estos contenidos miscelánea, cabe mencionar la existencia de otro espacio de entretenimiento importante, el programa infantil y juvenil *Más o menos multiplicado o dividido* (1996-1999) (Figura 19). Este constituyó el primer programa infantil propio de la cadena; no se trataba de contenido adquirido de otros países como sucedió en la primera etapa.

**Figura 19: Cabecera *Más o menos multiplicado o dividido* (1996)**



**Fuente: (Arqueólogo Digital, 2020)**

El espacio se estrenó en febrero de 1996, en la temporada 95-96, y fue uno de los últimos elementos utilizados por *Canal Plus* para expandir sus contenidos hacia su audiencia más joven. Una expansión que se puede considerar consecuencia de nuevo, entre otros factores, de la creación del canal temático infantil *Minimax*, disponible en *Canalsatélite*.

El programa se retransmitía de lunes a sábado a las 19:30h, y los sábados y domingos a las 9:00h, en una combinación de emisiones abiertas y codificadas, lo que garantizaba el acceso del público infantil no abonado a estos contenidos garantizando la función promocional del espacio. El espacio se componía por diversas series de ficción infantiles de producción extranjera, como *Gargoyles: héroes mitológicos* (1994-1996) o *La máscara* (1995-1997), y por tres secciones propias: *Poliéster & Plexiglás*, *Basura* y *Cosas de niños*.

*Poliéster & Plexiglás* eran dos personajes ficticios, encarnados por los actores Aitor Merino y Nora Navas (Figura 20), encargados de conducir el espacio y de realizar pequeños cortometrajes como *El caso del Dr. Poliéster y Mr. Polisombra* (Boix Angelats, 1996). *Cosas de niños* era un espacio en el que los niños podían explicar cuestiones de adulto con sus propias palabras. Por último *Basura* era una sección en la que los niños enviaban al programa diferentes obras de arte que habían generado con desperdicios (Ramírez, 1996).

**Figura 20: Poliéster y Plexiglás - Más o menos multiplicado o dividido**



Fuente: (Miscelo Random, 2016)

**Tabla 36: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS MISCELÁNEA<br>Y<br>OTROS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO |               |          |         |           |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|----------|---------|-----------|
| Nombre                                                          | Días          | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>Lo + Plus</i>                                                | M-S           | 30'      | Abierto | 93-94     |
| <i>Lo + Plus</i>                                                | D             | 30'      | Abierto | 94-95     |
| <i>Mucho más</i>                                                | X-S-D         | 30'      | Abierto |           |
| <i>Lo + Plus</i>                                                | M-X-J-V       | 60'      | Abierto | 95-96     |
| <i>Más o menos multiplicado o dividido</i>                      | L-M-X-J-V-S-D | 60'/30'  | Mixto   |           |
| <i>Mucho más</i>                                                | X-S-D         | 30'      | Abierto |           |

Fuente: Elaboración propia

## 2.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos

Los contenidos culturales e informativos experimentaron evoluciones tendientes al crecimiento, pero de maneras diferentes. Por un lado, los contenidos culturales ampliaron su oferta mediante la creación de nuevos espacios y la incorporación de nuevos formatos. Todo ello especialmente influenciado por *Canalsatélite*.

Por otro lado, los contenidos informativos experimentaron una notable y muy

importante estabilidad que fue heredada de la última temporada del periodo anterior. Esta estabilidad se mantuvo durante toda esta segunda etapa debido a un cambio de actitud de la cadena con respecto a esta oferta, hecho que quedó reafirmado tras el cambio de directiva.

### 2.5.1. *Contenidos culturales: mejora de la oferta documental*

En este periodo, los contenidos culturales siguieron siendo, predominantemente, documentales, una oferta que mantuvo una presencia alta en la parrilla. Se estrenaron un total de 253 producciones documentales (Tabla 37): 82 en la temporada 93-94, 90 en la temporada 94-95, y 81 en la temporada 95-96.

**Tabla 37: Muestra de 10 documentales (1993-1996)**

| <b>Título español</b>                    | <b>Título original</b>                          | <b>Director</b>                                                      | <b>País/Países</b>                       | <b>Año</b> |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|
| <i>Britannia, un palacio flotante</i>    | <i>Britannia</i>                                | Catrine Clay                                                         | Reino Unido                              | 1995       |
| <i>Cebras, mil dibujos en la pradera</i> | <i>Zebras: Patterns in the Grass</i>            | Dereck Joubert                                                       | EE. UU.                                  | 1991       |
| <i>Coco Chanel</i>                       | <i>Chanel: A Private Life</i>                   | Jonathan Stamp<br>(productor)                                        | Reino Unido                              | 1995       |
| <i>Jane y los chimpancés</i>             | <i>Fifi's Boys: A Story of Wild Chimpanzees</i> | Michael Rosenberg<br>John Sparks<br>Hugo van Lawick<br>(productores) | Reino Unido                              | 1996       |
| <i>Joyas del mar Caribe</i>              | <i>Jewels of the Caribbean Sea</i>              | Howard Hall                                                          | EE. UU.                                  | 1994       |
| <i>La lista negra de Hollywood</i>       | <i>Legacy of the Hollywood Blacklist</i>        | Judy Chaikin                                                         | EE. UU.                                  | 1987       |
| <i>Leones y hienas, enemigos eternos</i> | <i>Eternal Enemies: Lions and Hyenas</i>        | Dereck Joubert                                                       | Botsuana                                 | 1992       |
| <i>Lumière y compañía</i>                | <i>Lumière et compagnie</i>                     | David Lynch et al.                                                   | Francia<br>Dinamarca<br>España<br>Suecia | 1995       |

|                                  |                            |                    |                    |      |
|----------------------------------|----------------------------|--------------------|--------------------|------|
| <i>Nanuk, el esquimal</i>        | <i>Nanook of the North</i> | Robert J. Flaherty | EE. UU.<br>Francia | 1922 |
| <i>NBA: el sueño de la calle</i> | <i>Hoop Dreams</i>         | Steve James        | EE. UU.            | 1994 |

**Fuente: Elaboración propia**

Comparativamente con el periodo anterior, esto puede suponer una aparente disminución de la oferta documental. No obstante, en esta segunda etapa hizo acto de presencia, y se asentó, la serie documental; documentales compuestos por varios episodios. De esta forma, *Canal Plus* podía ofrecer contenido documental durante más tiempo sin tener que programar, necesariamente, nuevos títulos. En total, en este periodo, se emitieron 27 series documentales: once en la temporada 93-94, siete en la 94-95 y nueve en la 95-96.

La duración de las emisiones seguía siendo de entre 30 y 60 minutos con un horario de emisión cambiante, al igual que en el periodo anterior. No obstante, esta circunstancia de flexibilidad horaria era incumplida en dos casos concretos.

En primer lugar, en la emisión de ciertas series documentales. En algunos casos, especialmente cuando se trataba de una serie con numerosos capítulos, la cadena programaba su emisión en días y horas concretos de la semana. Este fue el caso, por ejemplo, de la serie documental *Civilizaciones perdidas* (Westbrook, 1995-1996).

En segundo lugar, al igual que en el periodo anterior, los documentales de naturaleza siguieron contando con un trato especial que les aseguraba un horario de emisión concreto en algunos casos: los domingos sobre las 15:00h. En esta etapa, los documentales de naturaleza que contaron con este trato preferente fueron los producidos por *National Geographic*.

Esto se debe a que la cadena llegó a un acuerdo de colaboración con *National Geographic* en la temporada 93-94 por el cual realizarían proyectos conjuntos en el futuro, y *Canal Plus* España retransmitiría documentales de *National Geographic* todas las semanas (*Canal Plus Revista*, 1994b, pp. 4-5). Es pertinente señalar que este nuevo acuerdo fue anunciado meses después del lanzamiento de *Documanía*; es decir, el acuerdo también serviría para aportar contenidos al canal temático, al mismo tiempo que la emisión de los documentales en *Canal Plus* España serviría para mostrar el contenido al



que se podía tener acceso si se contrataba *Documanía*.

Además de los documentales, tal y como se ha comentado anteriormente, la cadena también retransmitió documentales y reportajes sobre cine. Estas piezas fueron retransmitidas, en este periodo, de dos formas diferentes.

Por un lado, al amparo de los títulos genéricos *Así se hizo* y *Cuadernos de rodaje*. Se trataba de una especie de serie documental en la que, en cada emisión de unos 30 minutos, se mostraba cómo se había realizado una película concreta. Sin embargo, al contrario que las series documentales, las piezas que se retransmitían aquí no contaban con periodicidad ni horario de emisión concreto.

Por otro lado, al igual que en el periodo anterior, estas piezas sobre cine se englobaron en el programa *Primer plano* (1990-1996). En lo que respecta a su estructura, el espacio no varió, continuó siendo, principalmente, un magacín sobre cine de 30 minutos de duración.

Lo que sí que variaron fueron sus horarios de emisión. En la temporada 93-94 el programa se emitía de lunes a domingo; los lunes se emitía las 9:25h; los viernes a las 20:30h y el resto de días, además del lunes, el programa se convirtió en un breve espacio de 3 minutos que introducía la película de las 22:00h.

Con la llegada de las emisiones 24 horas a la cadena en la temporada 94-95, este horario varió. Tras diversos cambios en los meses iniciales de esta temporada, la emisión se estableció los martes a las 9:25h y los sábados a las 20:05h, que de forma definitiva se aplicó también a la temporada 95-96. Tras esa temporada, el programa desapareció de la oferta programática de la cadena.

**Tabla 38: Resumen de los programas culturales emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS CULTURALES |               |          |         |           |
|----------------------|---------------|----------|---------|-----------|
| Nombre               | Días          | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>Primer plano</i>  | L-M-X-J-V-S-D | 30'/3'   | Abierto | 93-94     |
| <i>Primer plano</i>  | M-S           | 30'      | Abierto | 94-95     |
| <i>Primer plano</i>  | M-S           | 30'      | Abierto | 95-96     |

Fuente: Elaboración propia

## 2.5.2. Contenidos informativos: creación de nuevos espacios

Los contenidos informativos de esta segunda etapa partieron de una posición de

estabilidad privilegiada, en comparación con los inicios del periodo anterior. Esto se debe a que, tal y como se ha explicado anteriormente, fue en la primera etapa en la que estos contenidos se enfrentaron a la incertidumbre hasta lograr encontrar su lugar en la oferta de la cadena.

Siguiendo con las bases establecidas en el periodo anterior, los contenidos informativos de esta segunda etapa estuvieron conformados, a grandes rasgos, por noticiarios y reportajes. Todos ellos presentaron ciertos cambios, en mayor o menor medida.

En lo que respecta a los noticiarios, la cadena contó con tres tipos de programas. En primer lugar, el anteriormente explicado noticiario estadounidense *ABC World News* (Banner & Jennings, 1953-presente), el cual mantuvo su horario de 8:00h a 8:25h de lunes a sábado hasta la temporada 95-96, a partir de la cual adoptó un horario de 8:05h a 8:30h de lunes a viernes y de 8:15h a 8:40h los sábados.

El segundo programa informativo con el que contó fue *Redacción* (1990-2000), el espacio informativo propio de la cadena. Durante la temporada 93-94 y, y hasta octubre de 1994, el espacio se siguió emitiendo tres veces al día de lunes a sábado (9:52h-10:00h, 14:00h-14:05h y 21:30h-21:54h) y dos veces al día el domingo (14:00h-14:05h y 21:30h-22:00h).

A partir de octubre de 1994, hasta el final del periodo, se ampliaron las emisiones informativas y se empezó a emitir cinco veces al día de lunes a viernes (8:00h-8:05h, 9:00h-9:05h, 9:52h-10:00h, 13:30h-13:35h y 21:30h-21:53h), tres veces al día los sábados (14:55h-15:00h, 20:00h-20:30h y 21:30h-22:00h) y dos veces al día los domingos (14:30h-14:35h y 21:30h-22:00h):

En el quinto año de emisión, *CANAL+* ha apostado por más cine y más deporte, pero también por una ampliación que creemos interesante para los abonados, de los Servicios Informativos. Así, las noticias llegarán a la programación a las ocho de la mañana. Un boletín que queremos hacer útil, incorporando la información meteorológica, un resumen de los titulares más destacados de la prensa y un avance de las previsiones del día... Posteriormente, a las nueve, y también poco antes de las diez, nuevos boletines con las últimas noticias. El resto del día se mantienen los

horarios de los informativos que ya han regido durante septiembre. (*Canal Plus Revista*, 1994k, p. 18)

El tercer programa informativo de este periodo fue una nueva incorporación surgida en la temporada 94-95: *Plusvalía* (1995-1997). El espacio duraba 30 minutos y se emitía dos veces por semana: el lunes a las 8:35h (temporada 94-95) y a las 9:25h (temporada 95-96), y el domingo sobre las 14:35h. El programa se centraba en la actualidad económica, la apuesta de *Canal Plus* España por un tema pocas veces tratado en profundidad en la televisión:

Este espacio... está estructurado en torno a tres grandes áreas: actualidad de la semana, reportajes y entrevistas, y una tercera dedicada a los mercados financieros. *Plusvalía* no será un simple resumen semanal de la actividad económica. En el programa tendrán cabida tanto los conceptos relacionados con la macroeconomía como la crisis de Iberia, los miles de millones que mueve la industria de la moda o lo que cuesta vivir un día cualquiera en Londres o Madrid...

El programa pretende hacer llegar a los abonados, semana a semana y de la manera más rigurosa y atractiva posible, las noticias, los datos y las caras más relevantes de la economía. (*Canal Plus Revista*, 1995b, p. 19)

En lo que respecta a los reportajes, la mayoría siguieron emitiéndose, semanalmente, en el espacio *24 horas* (1991-1995) que se creó en la primera etapa. No obstante, este espacio desapareció a principios de la temporada 95-96, en octubre de 1995, dando paso al nuevo programa de reportajes de la cadena: *Abierto en Canal* (1995-1999).

El contenido de ambos espacios era similar, aunque hubo ciertas diferencias. La más importante fue que, mientras que los reportajes de *24 horas* fueron elaborados por la agencia CAPA, los de *Abierto en Canal* eran de producción propia, aunque algunos eran coproducciones. También es importante resaltar que en *Abierto en Canal* se emitieron, en exclusiva, reportajes de la *BBC*, gracias a la firma de un acuerdo de colaboración entre ambas cadenas (*Canal Plus Revista*, 1995h, p. 40).

**Tabla 39: Resumen de los programas informativos emitidos (1993-1996)**

| PROGRAMAS INFORMATIVOS           |               |          |         |           |
|----------------------------------|---------------|----------|---------|-----------|
| Nombre                           | Días          | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>24 horas</i>                  | S             | 55'      | Mixto   | 93-94     |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'      | Abierto |           |
| <i>Información meteorológica</i> | L-M-X-J-V-S-D | 2'       | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'   | Abierto |           |
| <i>24 horas</i>                  | D             | 55'      | Mixto   | 94-95     |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'      | Abierto |           |
| <i>Información meteorológica</i> | L-M-X-J-V-S-D | 2'       | Abierto |           |
| <i>Plusvalía</i>                 | L-D           | 30'      | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'   | Abierto |           |
| <i>ABC World News</i>            | L-M-X-J-V-S   | 25'      | Abierto | 95-96     |
| <i>Abierto en canal</i>          | D             | 55'      | Mixto   |           |
| <i>Plusvalía</i>                 | L-D           | 30'      | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>                 | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'   | Abierto |           |

**Fuente: Elaboración propia**

## Capítulo III

### **Evolución histórica de los géneros y contenidos de *Canal Plus* España (1996-2005): declive y desaparición**

En el capítulo anterior se ha realizado un recorrido histórico de *Canal Plus* España a través del análisis detallado de su programación durante sus seis primeros años de vida (1990-1996). En este tercer apartado se continúa dicho recorrido, abarcando el análisis de las siguientes nueve temporadas de la cadena (1996-2005), a través de sus principales hitos.

Estas nueve temporadas han sido, a su vez, agrupadas en dos etapas: la primera de 1996 a 2000 y la segunda de 2000 a 2005. De esta forma, en el conjunto de los 15 años de historia de *Canal Plus* España, se diferencian cuatro periodos distintos: el primero de 1990 a 1993, el segundo de 1993 a 1996, el tercero de 1996 a 2000 y el cuarto de 2000 a 2005.

Con todo ello se pretende conocer en profundidad el proceso seguido hasta el desmantelamiento de *Canal Plus* España como cadena analógica, lo cual se concreta en dos cuestiones principales. En primer lugar, descubrir qué innovaciones programáticas y de contenido se introdujeron, si es que hubo alguna. Y, en segundo lugar, comprender cómo los diversos contenidos se situaron en la parrilla para alcanzar las ambiciones empresariales del *Grupo Prisa*, que culminaron con la desaparición del canal en su versión analógica.

Tal y como se ha explicado en la *Introducción* de esta tesis doctoral, este tercer capítulo contiene un detallado análisis descriptivo de la programación de este periodo. Se trata de un trabajo minucioso nunca antes realizado, que complementa la información recogida en los dos capítulos anteriores.

## **1. Tercera etapa (1996-2000). Formación y crecimiento de *Canal Satélite Digital***

Tras un segundo periodo centrado en la expansión y mejora a nivel empresarial y de cadena, se inició una tercera etapa que se extendió a lo largo de las siguientes cuatro temporadas: 96-97, 97-98, 98-99 y 99-00. En ella, *Sogecable* se focalizó, casi exclusivamente, en su desarrollo empresarial más allá de *Canal Plus*, puesto que la cadena ya operaba efectiva y satisfactoriamente. Fue el inicio del proceso de transición y adaptación del modelo televisivo de la cadena, a la plataforma.

El principal hito de esta etapa, y que dio comienzo a la misma, fue la puesta en funcionamiento de *Canal Satélite Digital*, la plataforma de televisión digital de *Sogecable*. Como se ha comentado, la plataforma comenzó a emitir el 31 de enero de 1997, a mitad de la temporada 96-97, con una oferta inicial de 27 canales de audio y 25 de televisión (*El País*, 1997a; *La Vanguardia*, 1997a).

Durante todo este periodo, los esfuerzos se centraron en intentar replicar el éxito obtenido con *Canal Plus* España, algo que no se consiguió por completo. Fue el inicio del proceso de transición y adaptación del modelo televisivo de la cadena, a la plataforma. Esta situación afectó, inevitablemente, al funcionamiento de la cadena de diferentes maneras, de entre las que destacan tres consecuencias principales.

En primer lugar, las novedades programáticas de *Canal Plus* España se vieron disminuidas a lo largo de este periodo, ya que el foco de la exclusividad se trasladó a la nueva plataforma y en los canales especializados que hacían atractiva su oferta.

En segundo término, conforme se fue desarrollando la temporada, se fue haciendo un creciente uso de *Canal Plus* España como elemento de venta de la plataforma. De la misma forma que la cadena empleaba sus emisiones en abierto para dar a conocer sus contenidos codificados, la plataforma comenzó a utilizar a *Canal Plus* para atraer nuevos

suscriptores que, en ese momento, eran abonados del canal.

Por último, en este periodo apareció una tendencia por la que, conforme se incorporaban nuevos canales temáticos a la plataforma, disminuía la presencia de los contenidos correspondientes a esos canales en *Canal Plus* España. Esto supuso una gran reducción de la variedad de su oferta, que se hizo especialmente presente a finales de esta tercera etapa.

Todas estas cuestiones se vieron reflejadas, de diversas formas, en la programación de la *Canal Plus*. No en todas las temporadas las consecuencias de la creación de *Canal Satélite Digital* estuvieron igual de presentes, puesto que fue un proceso largo, desarrollado a lo largo de cuatro temporadas, que sirvió de preámbulo para la última etapa de *Canal Plus* España.

## **1.1. Ficción**

En esta tercera etapa, los contenidos de ficción, tanto películas como series de ficción, empezaron a experimentar un importante decrecimiento que contrastaba con el desarrollo que había tenido el género hasta el momento. Por una parte, los contenidos cinematográficos fueron, progresivamente, “descuidados” a lo largo del periodo; lo que resultó, entre otras cuestiones, en una reducción de las películas de reciente producción que se programaron en la cadena.

Por otra parte, la disminución de la oferta de series de ficción afectó, en mayor medida, a los contenidos infantiles y, también, a las emisiones en abierto. Todos estos cambios fueron consecuencia directa, tal y como se ha adelantado, de la aparición de *Canal Satélite Digital* y sus canales temáticos; el objetivo era redirigir a los abonados hacia la plataforma.

### **1.1.1. El cine: predominio estadounidense en prime time**

Tal y como se ha explicado anteriormente, en la segunda etapa se experimentó una disminución en el número de películas estrenadas en comparación con el primer periodo debido a la preexistencia de una librería cinematográfica ya configurada. Esta tercera

etapa contaba con una librería aún más amplia y, además, la necesidad de ofrecer estrenos fue disminuyendo conforme el periodo se fue desarrollando.

En conjunto, la tercera etapa presentó un total de 1.646 estrenos cinematográficos, un aparente incremento respecto a los 1.294 que se produjeron en el periodo anterior. No obstante, es necesario resaltar dos cuestiones respecto a estas cifras.

En primer lugar, este periodo estuvo compuesta por cuatro temporadas, no por tres como en la etapa anterior. Si se atiende a la media de estrenos realizados en ambos periodos, las cifras presentan una realidad diferente. La tercera etapa contó con una media de 411 estrenos por temporada, y la segunda con 431; es decir, el número de estrenos cinematográficos por año disminuyó de la segunda etapa a la tercera.

En segundo lugar, es necesario tener en cuenta un insólito suceso que se inició en este momento. A lo largo de esta tercera etapa surgió la ligera tendencia de presentar películas ya estrenadas como nuevos estrenos cinematográficos, por ejemplo, la película *Su distinguida señoría* (Lynn, 1992) se retransmitió como estreno en enero de 1999 y, previamente, en diciembre de 1994.

Solo en lo que respecta a los estrenos emitidos a las 22:00 h, la cadena programó dos películas previamente estrenadas en la temporada 96-97, seis en la 97-98, 20 en la 98-99 y 17 en la 99-00. Esta situación estuvo cada vez más presente conforme avanzó el periodo, y demuestra que el número de estrenos en esta etapa fue, en realidad, menor que en la etapa anterior.

En la tabla 1 se puede apreciar, en primer lugar, cómo la cantidad de estrenos cinematográficos disminuyó conforme avanzó el periodo. Es decir, cuanto más crecían los esfuerzos por hacer crecer a *Canal Satélite Digital*, menos estrenos cinematográficos se emitían.

En segundo lugar, se puede observar cómo se mantiene la tendencia anteriormente establecida por la que la mayoría de los estrenos se producían en la franja de las 22:00h. Cabe destacar que, el mayor descenso de estrenos cinematográficos se produjo, también, en esa hora, mientras que los estrenos producidos a otras horas se mantuvieron razonablemente estables a lo largo de todo el periodo.



**Tabla 1: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (1996-2000)**

| <b>Temporada</b>        | <b>Emisión 22:00h</b> | <b>Otras horas</b> | <b>Estrenos totales</b> |
|-------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>96-97</b>            | 328                   | 111                | 439                     |
| <b>97-98</b>            | 317                   | 106                | 423                     |
| <b>98-99</b>            | 312                   | 107                | 419                     |
| <b>99-00</b>            | 262                   | 103                | 365                     |
| <b>Estrenos totales</b> | 1.219                 | 427                | 1.646                   |

**Fuente: Elaboración propia**

Esta cuestión se debe, en gran medida, al progresivo aumento de la emisión de contenidos no cinematográficos a las 22:00h como, por ejemplo, documentales. Esta tendencia, considerada como una excepción en etapas anteriores, fue, por un lado, una forma por parte de la cadena de resaltar otros contenidos y, por otro, un intento de *Sogecable* para redirigir a los abonados hacia la nueva plataforma, donde podían encontrar numerosos canales temáticos sobre cine.

De las 1.219 películas que se estrenaron a las 22:00h, 668 fueron producciones estadounidenses (Tabla 2), 116 españolas (Tabla 3) y 435 fueron producciones de otros países o coproducciones en las que participaron Estados Unidos y España (Tabla 4). Al igual que en el periodo anterior, las producciones estadounidenses predominaron el *prime time* de la cadena.

**Tabla 2: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (1996-2000)**

| <b>Título español</b>         | <b>Título original</b>      | <b>Director</b>      | <b>Año</b> |
|-------------------------------|-----------------------------|----------------------|------------|
| <i>Armageddon</i>             | <i>Armageddon</i>           | Michael Bay          | 1998       |
| <i>Beautiful girls</i>        | <i>Beautiful Girls</i>      | Ted Demme            | 1996       |
| <i>Blues Brothers 2000</i>    | <i>Blues Brothers 2000</i>  | John Landis          | 1998       |
| <i>Braveheart</i>             | <i>Braveheart</i>           | Mel Gibson           | 1995       |
| <i>Deep impact</i>            | <i>Deep impact</i>          | Mimi Leder           | 1998       |
| <i>Dr. Dolittle</i>           | <i>Doctor Dolittle</i>      | Betty Thomas         | 1998       |
| <i>Eddie</i>                  | <i>Eddie</i>                | Steve Rash           | 1996       |
| <i>El hada novata</i>         | <i>A Simple Wish</i>        | Michael Ritchie      | 1997       |
| <i>El pacificador</i>         | <i>The Peacemaker</i>       | Mimi Leder           | 1997       |
| <i>El show de Truman</i>      | <i>The Truman Show</i>      | Peter Weir           | 1998       |
| <i>George de la jungla</i>    | <i>George of the Jungle</i> | Sam Weisman          | 1997       |
| <i>Hombres de negro</i>       | <i>Men in Black</i>         | Barry Sonnenfeld     | 1997       |
| <i>Independence Day</i>       | <i>Independence Day</i>     | Roland Emmerich      | 1996       |
| <i>Jack</i>                   | <i>Jack</i>                 | Francis Ford Coppola | 1996       |
| <i>Jumanji</i>                | <i>Jumanji</i>              | Joe Johnston         | 1995       |
| <i>La roca</i>                | <i>The Rock</i>             | Michael Bay          | 1996       |
| <i>Los vengadores</i>         | <i>The Avengers</i>         | Jeremiah S. Chechik  | 1998       |
| <i>Matilda</i>                | <i>Matilda</i>              | Danny DeVito         | 1996       |
| <i>Misión imposible</i>       | <i>Mission: impossible</i>  | Brian De Palma       | 1996       |
| <i>Prácticamente magia</i>    | <i>Practical Magic</i>      | Griffin Dunne        | 1998       |
| <i>Psycho (Psicosis)</i>      | <i>Psycho</i>               | Gus Van Sant         | 1998       |
| <i>Quédate a mi lado</i>      | <i>Stepmom</i>              | Chris Columbus       | 1998       |
| <i>Salvar al soldado Ryan</i> | <i>Saving Private Ryan</i>  | Steven Spielberg     | 1998       |
| <i>Seven</i>                  | <i>Se7en</i>                | David Fincher        | 1995       |
| <i>Space Jam</i>              | <i>Space Jam</i>            | Joe Pytko            | 1996       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 3: Muestra de 25 películas de producción española (1996-2000)**

| <b>Título</b>                       | <b>Director</b>         | <b>Año</b> |
|-------------------------------------|-------------------------|------------|
| <i>¿De qué se ríen las mujeres?</i> | Joaquín Oristrell       | 1997       |
| <i>A ciegas</i>                     | Daniel Calparsoro       | 1997       |
| <i>Adiós tiburón</i>                | Carlos Suárez           | 1996       |
| <i>Alma gitana</i>                  | Chus Gutiérrez          | 1996       |
| <i>Brujas</i>                       | Álvaro Fernández Armero | 1996       |
| <i>Cachito</i>                      | Enrique Urbizo          | 1996       |
| <i>Caricias</i>                     | Ventura Pons            | 1998       |
| <i>Chevrolet</i>                    | Javier Maqua            | 1997       |
| <i>El ángel de la guarda</i>        | Santiago Matallana      | 1996       |
| <i>El árbol de las cerezas</i>      | Marc Recha              | 1998       |
| <i>El crimen del cine Oriente</i>   | Pedro Costa             | 1997       |
| <i>Eso</i>                          | Fernando Colomo         | 1997       |
| <i>Éxtasis</i>                      | Mariano Barroso         | 1996       |
| <i>Fotos</i>                        | Elio Quiroga            | 1996       |
| <i>Gran slalom</i>                  | Jaime Chávarri          | 1996       |
| <i>Hazlo por mí</i>                 | Ángel Fernández Santos  | 1997       |
| <i>La herida luminosa</i>           | José Luis Garci         | 1997       |
| <i>La Moños</i>                     | Mireia Ros              | 1996       |
| <i>La pistola de mi hermano</i>     | Ray Loriga              | 1997       |
| <i>La rosa de piedra</i>            | Manuel Palacios         | 1999       |
| <i>Manos de seda</i>                | César Martínez Herrada  | 1998       |
| <i>Pajarico</i>                     | Carlos Saura            | 1997       |
| <i>Sólo se muere dos veces</i>      | Esteban Ibarretxe       | 1997       |
| <i>Todo está oscuro</i>             | Ana Díez                | 1997       |
| <i>Yerma</i>                        | Pilar Távora            | 1998       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 4: Muestra de 25 películas de coproducción (1996-2000)**

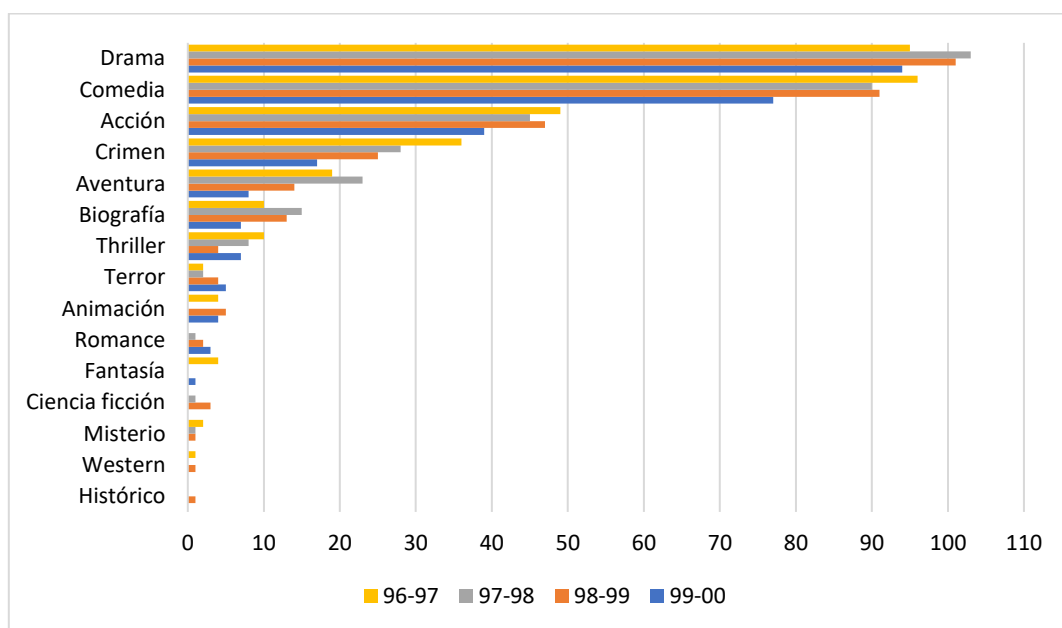
| <b>Título español</b>                 | <b>Título original</b>                | <b>Director</b>         | <b>País/Países</b>             | <b>Año</b> |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|------------|
| <i>¡En guardia!</i>                   | <i>Le bossu</i>                       | Philippe de Broca       | Francia<br>Italia<br>Alemania  | 1997       |
| <i>A tres bandas</i>                  | <i>Il tocco - La sfida</i>            | Enrico Coletti          | Italia<br>España               | 1997       |
| <i>Abril</i>                          | <i>Aprile</i>                         | Nanni Moretti           | Italia<br>Francia              | 1998       |
| <i>Airbag</i>                         | <i>Airbag</i>                         | Juanma Bajo Ulloa       | España<br>Portugal<br>Alemania | 1997       |
| <i>Arrogantes y exquisitos</i>        | <i>Stiff Upper Lips</i>               | Gary Sinyor             | Reino Unido<br>India           | 1997       |
| <i>Capitán Conan</i>                  | <i>Capitaine Conan</i>                | Bertrand Tavernier      | Francia                        | 1996       |
| <i>Caza al terrorista</i>             | <i>The Assignment</i>                 | Christian Duguay        | Canadá                         | 1997       |
| <i>Celluloide</i>                     | <i>Celluloide</i>                     | Carlo Lizzani           | Italia                         | 1996       |
| <i>City of Angels</i>                 | <i>City of Angels</i>                 | Brad Silberling         | EE. UU.<br>Alemania            | 1998       |
| <i>El espejo</i>                      | <i>Ayneh</i>                          | Jafar Panahi            | Irán                           | 1997       |
| <i>El evangelio de las maravillas</i> | <i>El evangelio de las maravillas</i> | Arturo Ripstein         | Méjico<br>España<br>Argentina  | 1998       |
| <i>El gran Lebowski</i>               | <i>The Big Lebowski</i>               | Joel Coen<br>Ethan Coen | EE. UU.<br>Reino Unido         | 1998       |
| <i>El soplón</i>                      | <i>Le cousin</i>                      | Alain Corneau           | Francia                        | 1997       |
| <i>Entre gigantes</i>                 | <i>Among Giants</i>                   | Sam Miller              | Reino Unido                    | 1998       |
| <i>Full Monty</i>                     | <i>The Full Monty</i>                 | Peter Cattaneo          | Reino Unido<br>EE. UU.         | 1997       |
| <i>Giro al infierno</i>               | <i>U Turn</i>                         | Oliver Stone            | EE. UU.<br>Francia             | 1997       |
| <i>Godzilla</i>                       | <i>Godzilla</i>                       | Roland Emmerich         | EE. UU.<br>Japón               | 1998       |
| <i>Horizonte final</i>                | <i>Event Horizon</i>                  | Paul W.S. Anderson      | Reino Unido<br>EE. UU.         | 1997       |

|                                  |                             |                     |                                        |      |
|----------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------------------------|------|
| <i>Inquietud</i>                 | <i>Inquietude</i>           | Manoel de Oliveira  | Portugal<br>Francia<br>España<br>Suiza | 1998 |
| <i>Nirvana</i>                   | <i>Nirvana</i>              | Gabriele Salvatores | Italia<br>Francia                      | 1997 |
| <i>Siete años en el Tíbet</i>    | <i>Seven Years in Tibet</i> | Jean-Jacques Annaud | EE. UU.<br>Reino Unido                 | 1997 |
| <i>Taxi Express</i>              | <i>Taxi</i>                 | Gérard Pirès        | Francia                                | 1998 |
| <i>Titanic</i>                   | <i>Titanic</i>              | James Cameron       | EE. UU.<br>Méjico<br>Australia         | 1997 |
| <i>Un viaje desde el corazón</i> | <i>This Is My Father</i>    | Paul Quinn          | Irlanda<br>Canadá                      | 1998 |
| <i>Vor: el ladrón</i>            | <i>Vor</i>                  | Pavel Chukhrai      | Rusia<br>Francia                       | 1997 |

Fuente: Elaboración propia

Al analizar más detalladamente las películas estrenadas a las 22:00h, se puede observar que la tendencia establecida en las etapas anteriores se respeta, sin demasiados cambios, en lo que se refiere a los géneros de las películas emitidas (Gráfico 1).

Gráfico 1: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (1996-2000)

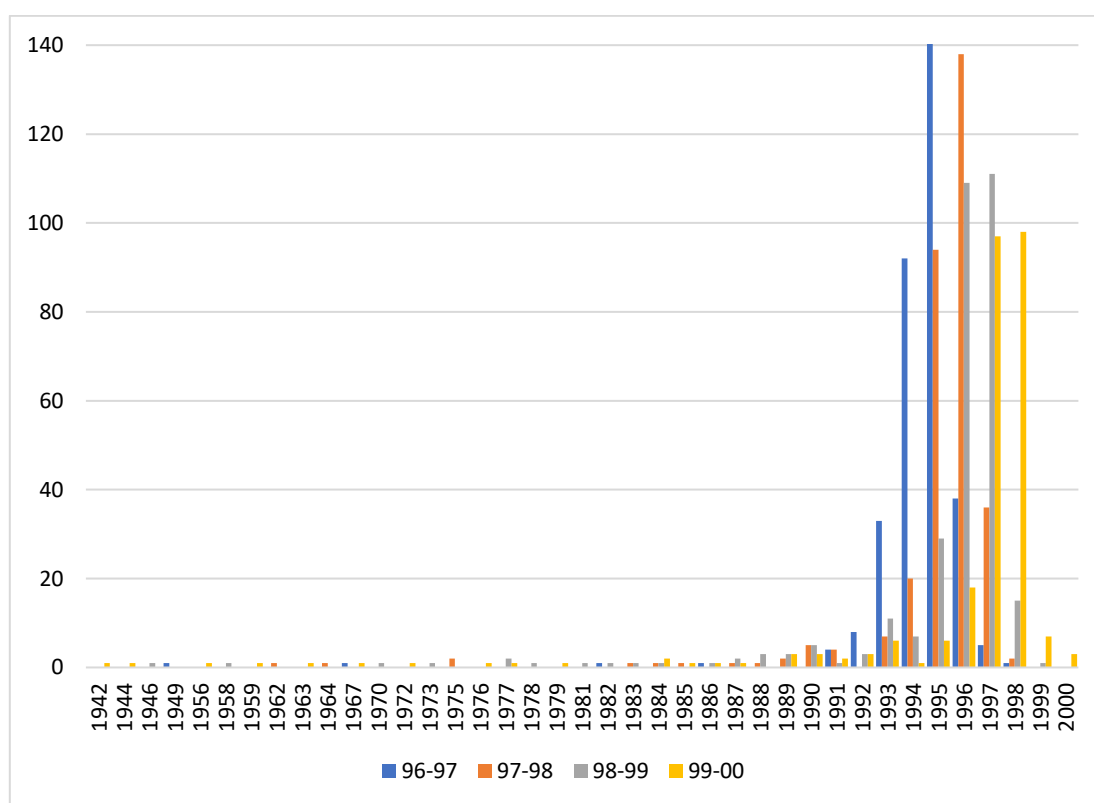


Fuente: Elaboración propia

Otra cuestión que permaneció sin grandes cambios respecto al periodo anterior fue el predominio de la emisión de películas de reciente producción a las 22:00h (Gráfico 2). Igualmente, se mantuvo la tendencia mostrada en la etapa anterior de presentar una considerable variedad a ese respecto en el conjunto de todo este periodo.

Todas estas modificaciones, además de suponer la continuidad de ciertas pautas ya marcadas en la etapa anterior, se vieron impulsadas por otras tres cuestiones. En primer lugar, la aparición, progresiva, de más canales temáticos de cine en *Canal Satélite Digital*. Esto llevó a descuidar, en cierta forma, la oferta de la cadena puesto que no se preocuparon tanto por emitir siempre las producciones más recientes con el fin, nuevamente, de redirigir a los abonados hacia esa plataforma.

**Gráfico 2: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h (1996-2000)**



**Fuente: Elaboración propia**

En segundo lugar, es necesario tener en cuenta que, en la primera mitad de este periodo (temporada 97-98), la cadena, junto con *Sogecable*, amplió y renovó acuerdos con productoras y distribuidoras de cine: “Buenavista (Disney), Time Warner, Universal, Columbia TriStar, Paramount, Dreamworks (Spielberg), Polygram, Alta Films...” (*Canal*

*Plus Revista*, 1997, p. 97). Esto, por un lado, garantizó una mejora en la oferta cinematográfica de la plataforma y, por otro, influyó en la creación de ciertas secciones temáticas de cine emitidas a las 22:00h que no siempre se componían de piezas recientes.

Por último, al igual que en el periodo anterior, se crearon dos secciones de cine nuevas que se emitieron en *prime time*. La primera, *Cine español en CANAL+*, era un espacio semanal dedicado al cine nacional (*Canal Plus Revista*, 1999b, p. 11). El espacio surgió en enero de 1999 y suponía una continuación, a la par que actualización, de la *Sesión especial de cine español* (inicialmente *Sesión especial comedia rosa española*) que se creó en la temporada 90-91 (Tabla 5). Cabe resaltar que, a diferencia de la *Sesión de cine español*, en esta nueva sección la cadena se esforzó por seleccionar películas españolas de reciente producción.

**Tabla 5: Muestra de 5 películas de *Cine español en CANAL+* (1999-2000)**

| <b>Título español</b>   | <b>Director</b> | <b>Año</b> |
|-------------------------|-----------------|------------|
| <i>Al límite</i>        | Eduardo Campoy  | 1997       |
| <i>El abuelo</i>        | José Luis Garci | 1998       |
| <i>El pianista</i>      | Mario Gas       | 1998       |
| <i>En la puta calle</i> | Enrique Gabriel | 1997       |
| <i>Extraños</i>         | Imanol Uribe    | 1999       |

**Fuente: Elaboración propia**

La segunda sección de cine, creada en mayo de 1999, fue *Miradas de cine* (Tabla 6), dedicada a la emisión semanal de películas de autor (*Canal Plus Revista*, 1999d, p. 31). La aparición de estos dos espacios, junto con su frecuencia semanal y el hecho de que se emitiesen a las 22:00h, contribuía, por una parte, a normalizar lo que, en la temporada 90-91 se consideró cine de minorías y, por otro, posibilitaba a la cadena emitir géneros más variados y producciones no tan recientes a esa hora de la noche.

**Tabla 6: Muestra de 5 películas de *Miradas de cine* (1999-2000)**

| <b>Título español</b>           | <b>Título original</b>        | <b>Director</b> | <b>País/Países</b>               | <b>Año</b> |
|---------------------------------|-------------------------------|-----------------|----------------------------------|------------|
| <i>Hana-bi. Flores de fuego</i> | <i>Hana-bi</i>                | Takeshi Kitano  | Japón                            | 1997       |
| <i>La anguila</i>               | <i>Unagi</i>                  | Shohei Imamura  | Japón                            | 1997       |
| <i>Lulu on the Bridge</i>       | <i>Lulu on the Bridge</i>     | Paul Auster     | Reino Unido<br>EE. UU.           | 1998       |
| <i>Nubes pasajeras</i>          | <i>Kauas pilvet karkaavat</i> | Aki Kaurismäki  | Finlandia<br>Alemania<br>Francia | 1996       |
| <i>Shall we dance?</i>          | <i>Shall we dansu?</i>        | Masayuki Suô    | Japón                            | 1996       |

**Fuente: Elaboración propia**

En lo que respecta al resto de estrenos, tras la creación del espacio *Cine español en CANAL+*, solo se conservó una de las *Sesiones especiales* diseñadas en la primera etapa: *Sesión especial de cine X*, denominado de cine erótico en algunos momentos de esta tercera etapa. En conjunto se emitieron un total de 198 películas pornográficas en este periodo (Tabla 7): 42 en la temporada 96-97, 52 en la 97-98, 53 en la 98-99 y 51 en la 99-00. Esto indica un aumento en la oferta de este tipo de películas, que contaron con una mayor cantidad de estrenos, lo que supuso menos repeticiones y mayor variedad.

**Tabla 7: Muestra de 5 películas de *Sesión especial X* (1996-2000)**

| <b>Título español</b>              | <b>Título original</b>      | <b>Director</b>             | <b>Año</b> |
|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|
| <i>Fresh Meat 4</i>                | <i>Fresh Meat 4</i>         | John Leslie                 | 1997       |
| <i>Las noches de Lulú</i>          | <i>Le Stagioni di Bel</i>   | Joe D'Amato<br>Luca Damiano | 1996       |
| <i>Les femmes erotiques</i>        | <i>Les femmes erotiques</i> | Andrew Blake                | 1993       |
| <i>Lethal affairs</i>              | <i>Lethal affairs</i>       | Toni English                | 1996       |
| <i>Zazel (La esencia del amor)</i> | <i>Zazel</i>                | Philip Mond                 | 1997       |

**Fuente: Elaboración propia**



### **1.1.2. Los cortometrajes y las series de ficción: innovando con los cortometrajes**

En esta tercera etapa los cortometrajes siguieron teniendo una considerable presencia dentro de la programación de la cadena. Al igual que en los periodos anteriores, la mayoría de estos contenidos eran emitidos dentro del espacio *Piezas*, que seguía contando con un horario indeterminado e imprevisible. Además de este espacio, la cadena ofreció, en esta tercera etapa, dos nuevos espacios dedicados a los cortometrajes: *La noche + corta* (un programa similar a *Piezas*) y *Pin Plus*.

*Pin Plus* (1997-1999) surgió en enero de 1998 y estuvo en activo dos temporadas (97-98 y 98-99). Se trataba de un programa de unos 30 minutos de duración, en el que se emitían cortometrajes de 2 minutos como, por ejemplo, *Tesis goleadora* (1998). La originalidad de esas piezas residía en su realización vanguardista y en que estaban creadas por personajes conocidos, los cuales plasmaban aspectos poco conocidos de sí mismos en ese breve tiempo:

*Pin Plus* es un nuevo espacio de CANAL+ articulado en torno a una serie de creaciones -de unos dos minutos de duración- que reflejan los secretos íntimos, las manías obsesivas y los deseos inconfesables de los famosos. Con una realización vanguardista y unos cuidados efectos especiales, los personajes de mayor actualidad, los nombres más relevantes de la cultura, el deporte o las artes tienen la oportunidad de mostrar en su PIN facetas desconocidas de su personalidad. (Oristrell, 1998, p. 37)

En lo que respecta a las series de ficción, estas experimentaron un considerable descenso en comparación con la etapa anterior. En el conjunto de este periodo se emitieron un total de 106 series, de las cuales, 67 fueron infantiles (Tabla 8) y 39 para todos los públicos (Tabla 9). Fue exactamente la misma cantidad que se emitieron en el periodo previo; sin embargo, esta etapa contaba con una temporada más, por lo que, proporcionalmente, se ofertaron menos series.

**Tabla 8: Muestra de 20 series infantiles (1996-2000)**

| <b>Título español</b>                 | <b>Título original</b>                        | <b>País/Países</b>              | <b>Años</b> |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------|-------------|
| <i>Bruno, el espía</i>                | <i>Bruno the kid</i>                          | EE. UU.                         | 1996-1997   |
| <i>Budgie, el pequeño helicóptero</i> | <i>Budgie the little helicopter</i>           | Reino Unido<br>Irlanda          | 1994-1996   |
| <i>Capitán Star</i>                   | <i>Captain Star</i>                           | Canadá<br>Reino Unido<br>España | 1997-1998   |
| <i>Cuttlas Microfilms</i>             | <i>Cuttlas Microfilms</i>                     | España                          | 1992-1994   |
| <i>Daria</i>                          | <i>Daria</i>                                  | EE. UU.                         | 1997-2001   |
| <i>Dino Babies</i>                    | <i>Dino Babies</i>                            | Reino Unido<br>Irlanda<br>China | 1994-1995   |
| <i>Dragones en la corte</i>           | <i>Blazing Dragons</i>                        | Canadá<br>Francia               | 1996-1998   |
| <i>El laboratorio de Dexter</i>       | <i>Dexter's Laboratory</i>                    | EE. UU.                         | 1996-2003   |
| <i>El viaje de Allen Strange</i>      | <i>The Journey of Allen Strange</i>           | EE. UU.                         | 1997-2000   |
| <i>Elvis Jones y los gasolineros</i>  | <i>Li'l Elvis Jones and the Truckstoppers</i> | Australia<br>Francia            | 1997-1998   |
| <i>En busca de Carmen Sandiego</i>    | <i>Where on Earth Is Carmen Sandiego?</i>     | EE. UU.                         | 1994-1999   |
| <i>Flash Gordon</i>                   | <i>Flash Gordon</i>                           | Canadá<br>Francia               | 1996-1997   |
| <i>Gatobasura</i>                     | <i>Rubbish, King of the Jumble</i>            | Reino Unido                     | 1993-1994   |
| <i>La historia interminable</i>       | <i>The Neverending Story</i>                  | Canadá<br>Francia<br>Alemania   | 1995-1996   |
| <i>La pequeña Rosey</i>               | <i>Little Rosey</i>                           | Canadá<br>EE. UU.               | 1990        |
| <i>Las tres mellizas</i>              | <i>Las tres mellizas</i>                      | España                          | 1995-2003   |
| <i>Los pirados del espacio</i>        | <i>Les zinzins de l'espace</i>                | Francia<br>Canadá               | 1997-2006   |
| <i>Pinky y Cerebro</i>                | <i>Pinky and the Brain</i>                    | EE. UU.                         | 1995-1998   |
| <i>Tabaluga</i>                       | <i>Tabaluga</i>                               | Alemania<br>Australia           | 1994-2004   |
| <i>Vaca y pollo</i>                   | <i>Cow and Chicken</i>                        | EE. UU.                         | 1997-1999   |

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 9: Muestra de 20 series para todos los públicos (1996-2000)**

| <b>Título español</b>           | <b>Título original</b>          | <b>País/Países</b> | <b>Años</b> |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------|-------------|
| <i>Al senador, ni caso</i>      | <i>Hearts Afire</i>             | EE. UU.            | 1992-1995   |
| <i>Brimstone: el pacto</i>      | <i>Brimstone</i>                | EE. UU.            | 1998-1999   |
| <i>Buffy, cazavampiros</i>      | <i>Buffy the Vampire Slayer</i> | EE. UU.            | 1997-2003   |
| <i>El mundo de Dave</i>         | <i>Dave's World</i>             | EE. UU.            | 1993-1997   |
| <i>El secreto de Verónica</i>   | <i>Veronica's Closet</i>        | EE. UU.            | 1997-2000   |
| <i>El trébol azul</i>           | <i>Love &amp; War</i>           | EE. UU.            | 1992-1995   |
| <i>Ellos se lo cuentan todo</i> | <i>The Secret Lives of Men</i>  | EE. UU.            | 1998        |
| <i>Friends</i>                  | <i>Friends</i>                  | EE. UU.            | 1994-2004   |
| <i>La chica de la tele</i>      | <i>Mary Tyler Moore</i>         | EE. UU.            | 1970-1977   |
| <i>Ley y desorden</i>           | <i>The Thin Blue Line</i>       | Reino Unido        | 1995-1996   |
| <i>Los líos de Caroline</i>     | <i>Caroline in the City</i>     | EE. UU.            | 1995-1999   |
| <i>Los Soprano</i>              | <i>The Sopranos</i>             | EE. UU.            | 1999-2007   |
| <i>Madison</i>                  | <i>Madison</i>                  | Canadá             | 1993-1997   |
| <i>Michael Hayes</i>            | <i>Michael Hayes</i>            | EE. UU.            | 1997-1998   |
| <i>Oh Baby</i>                  | <i>Oh Baby</i>                  | EE. UU.            | 1998-2000   |
| <i>Padres forzosos</i>          | <i>Full House</i>               | EE. UU.            | 1987-1995   |
| <i>Relativity</i>               | <i>Relativity</i>               | EE. UU.            | 1996-1997   |
| <i>Sigue soñando</i>            | <i>Dream On</i>                 | EE. UU.            | 1990-1996   |
| <i>Un hombre en casa</i>        | <i>Man About the House</i>      | Reino Unido        | 1973-1976   |
| <i>Yo, Claudio</i>              | <i>I, Claudius</i>              | Reino Unido        | 1976        |

**Fuente: Elaboración propia**

Además de esto, como puede observarse en la tabla 10, la distribución de las series en las diferentes temporadas del periodo fue considerablemente diferente a los años anteriores. Las series de ficción infantiles presentaron una tendencia a la baja; finalizando esta etapa con una oferta menor que la existente al inicio. Esto se debió, en gran medida, a la aparición de nuevos canales temáticos infantiles en la plataforma, como por ejemplo *Fox Kids* en 1998, o *Nickelodeon* en 1999 (*Canal Plus Revista*, 1998, p. 60, 1999c, p. 33).

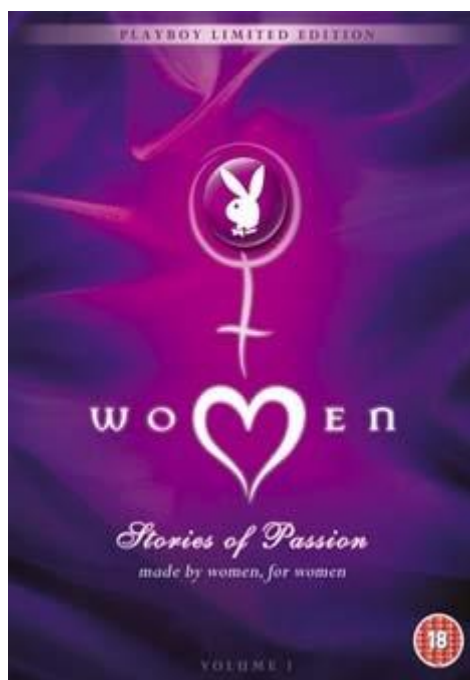
**Tabla 10: Tipo de serie emitida según temporada (1996-2000)**

| <b>Temporada</b>      | <b>Infantiles</b> | <b>Para todos los públicos</b> |
|-----------------------|-------------------|--------------------------------|
| <b>96-97</b>          | 27                | 18                             |
| <b>97-98</b>          | 24                | 17                             |
| <b>98-99</b>          | 30                | 19                             |
| <b>99-00</b>          | 17                | 21                             |
| <b>Series totales</b> | 67                | 39                             |

**Fuente: Elaboración propia**

Por su parte, las otras series de ficción se enfrentaron a la situación contraria, terminaron la tercera etapa con una mayor oferta que la existente al inicio del periodo. Esta circunstancia se debió, en parte, a la creación, en la temporada 99-00, del espacio *Noche de series en Canal +*. En él, la cadena dedicaba una noche a la semana (al principio fueron los lunes y posteriormente los domingos) a la emisión de series en el *prime time* nocturno. Esto supuso un aumento de la variedad de series para todos los públicos emitidas, además de incrementar la visibilidad de este contenido (Contreras, 1999, pp. 30-31).

**Figura 1: Cartel *Women* (1996-1997)**



**Fuente: (IMDB, s. f.)**

De entre toda la nueva oferta de series que tuvo la cadena en esta tercera etapa, cabe destacar la serie *Women* (Rothstein, 1996-1997) (Figura 1). Esta obra en particular, emitida en las temporadas 96-97 y 97-98, sobresalía de entre todas las demás por tratarse de una serie erótica, un género que, anteriormente, solo tenía presencia dentro de la oferta cinematográfica. Posiblemente esta fue la serie más arriesgada que emitió *Canal Plus* España en toda su historia, puesto que no se trataba de un contenido generalista ni de un éxito de masas como, por ejemplo, *Friends* (Bright et al., 1994-2004):

Llega el cine erótico hecho por mujeres y sólo para ellas. *CANAL+* ha programado la serie para adultos *Women*, creada por Elisa M. Rothstein y presentada nada menos que por *Playboy*. No se trata de una serie de televisión sin más, es toda una propuesta que permite a la mujer el acceso a un cine erótico femenino, sin sobresaltos, sin sexo duro en primer plano...

El recorrido por los 26 capítulos se hace a bordo de la insinuación... Todo un despliegue de medios técnicos y artísticos con dos folios de créditos, una fotografía impecable, decorados que no olvidan las piscinas y costura que rompe en bares de California... La serie *Women* irrumpe en *CANAL+* ofreciendo calidad y ensoñación suave. (Sánchez, 1997)

Respecto al tipo de emisión que tuvieron las series de ficción es pertinente hablar de cambios notables que rompieron con lo establecido hasta ese momento. En la primera etapa quedó establecido el uso preferente de las series de ficción como elemento promocional de los contenidos de la cadena. Por ello, mayoritariamente las series se retransmitían en abierto para que pudieran ser vistas por los no abonados.

Sin embargo, dicha dinámica se vio interrumpida en esta tercera temporada. Las series de ficción continuaban siendo un elemento promocional, no obstante, el público objetivo de dicha promoción había variado. Ya no se trataba solo de atraer a los no abonados sino, también, de dirigir a los abonados a la cadena hacia su conversión a suscriptores de la plataforma.

Por ello, a lo largo de este periodo, la cantidad de contenidos retransmitidos en abierto disminuyó y, en contrapartida, incrementaron, notablemente, los contenidos

retransmitidos de forma mixta (Tabla 11): combinando las emisiones codificadas con las abiertas.

**Tabla 11: Tipo de emisión de series de ficción según temporada (1996-2000)**

| Temporada    | Emisión abierta | Emisión codificada | Emisión mixta |
|--------------|-----------------|--------------------|---------------|
| <b>96-97</b> | 26              | 11                 | 13            |
| <b>97-98</b> | 9               | 8                  | 24            |
| <b>98-99</b> | 10              | 8                  | 31            |
| <b>99-00</b> | 8               | 11                 | 19            |

**Fuente: Elaboración propia**

Las emisiones mixtas estaban compuestas mayoritariamente por series infantiles para atraer a los niños, tanto abonados como no abonados, hacia la plataforma, al mostrarles la existencia de algo previamente unimaginable: los canales temáticos infantiles. Esta estrategia se vio claramente plasmada en los momentos en los que se añadían nuevos canales infantiles a la plataforma, puesto que, entonces, la cadena configuraba un día espacial de programación infantil en el que emitía capítulos de series exclusivas de dichos canales:

*CANAL+* ha preparado una programación infantil especial para el día 5 coincidiendo con la llegada a Canal Satélite Digital de la nueva cadena Fox Kids, que comienza sus emisiones regulares el día 4 de diciembre... El especial *Bienvenido Fox Kids* de *CANAL+* incluirá la serie de aventuras *Viviendo con Louie*; las andanzas de *Super Mario Bros*, donde se combina animación con imagen real; *Los gatos samurai*, serie protagonizada por un grupo de mininos dueños de una pizzería; *X-Men*, con una patrulla formada por mutantes, y *Peter Pan*, la serie basada en la inmortal novela de J. M. Barrie. (*Canal Plus Revista*, 1998, p. 60)

Por último, es pertinente señalar que la disminución de emisiones en abierto de las series de ficción tuvo consecuencias más allá del desarrollo del propio contenido. Puesto que las series constituían el grueso las retransmisiones de ficción en abierto, esta situación también afectó a la oferta general de ficción fuera de la oferta codificada.

## 1.2. Contenidos deportivos

La tercera etapa trajo consigo importantes cambios en lo que respecta a los contenidos deportivos de la cadena. Por primera vez se produjo una notable disminución en la oferta futbolística debido a problemas con los derechos de retransmisión, en parte por la aparición de *Vía Digital*. Este suceso no deja de ser llamativo dado que el fútbol era uno de sus principales reclamos de su programación.

En contrapartida, la variedad de deportes no futbolísticos ofertados aumentó, al igual que la cantidad de retransmisiones de esas otras prácticas deportivas. Esta situación estuvo estrechamente relacionada con la creación de *Canal Satélite Digital* y sus canales temáticos deportivos: *Canal Plus* ejerció un importante rol promocional mediante la transmisión de esos deportes.

### 1.2.1. El fútbol: desaparición de la liga italiana e inglesa

Al contrario que en la segunda etapa, el tercer periodo experimentó una notable disminución de las retransmisiones futbolísticas, algo que puede resultar sorprendente dada la importancia de este deporte para la cadena. En el conjunto de la tercera etapa se retransmitieron un total de 500 encuentros, 53 más que en el periodo anterior.

No obstante, tal y como se ha resaltado anteriormente, esto no es indicativo de un incremento en el número de retransmisiones deportivas. Nuevamente es pertinente recordar que esta tercera etapa contaba con cuatro temporadas, y no con tres. Si se atiende a la media de retransmisiones en cada temporada de cada periodo, las cifras presentan una realidad diferente.

En la segunda etapa se retransmitieron una media de 149 encuentros por temporada; por el contrario, en el tercer periodo se emitieron 125 encuentros futbolísticos. Concretamente en la temporada 96-97 se retransmitieron 138 partidos, en la 97-98 fueron 128, en la 98-99, 137, y en la 99-00 fueron 97.

Esta disminución en el número de encuentros retransmitidos fue fruto, entre otras cuestiones, de cambios en la oferta de los contenidos futbolísticos, unos cambios que se produjeron en dos fases. En primer lugar, se produjo un descenso inicial en la temporada

96-97, que se mantuvo el resto del periodo, debido a la desaparición de la emisión, de forma regular, de los partidos de la liga italiana de fútbol (se mantuvo alguna retransmisión esporádica).

A esto se le añadió, en la temporada 99-00, la eliminación de la emisión, de forma regular, de los encuentros de la liga inglesa de fútbol, que supuso un nuevo e importante descenso de la oferta futbolística. Dichos encuentros pasaron a manos de *Vía Digital*, de forma que, en esa temporada, la plataforma de *Telefónica* contó con los derechos de las ligas inglesa y alemana para competir con la oferta futbolística internacional de *Canal Plus* y *Canal Satélite Digital* (*El País*, 1999d).

Frente a esta paulatina desaparición de contenidos, que hasta ese momento habían sido regulares dentro de la oferta de la cadena, hubo dos competiciones que mantuvieron la presencia continua que ya ostentaban en la etapa anterior: la Primera y la Segunda División de la Liga española de fútbol. Además, estas dos competiciones también conservaron los mismos horarios de emisión que en la etapa anterior: Segunda División, los domingos a las 12:00h, y la Primera División de la Liga, los domingos a las 19:30h.

A todo esto, se añadieron, al igual que en las etapas anteriores, retransmisiones puntuales de otras 13 competiciones o ligas: Copa de la UEFA, Charity Shield, Trofeo Memorial Quincho, Torneo de La Haya, Trofeo Teresa Herrera, Trofeo Joan Gamper, Trofeo Colombino, encuentros de Jornada contra el racismo, Trofeo Juan Acuña, Trofeo Ciudad de Vigo, Liga argentina, Copa Intercontinental y Torneo Bayern de Múnich.

A grandes rasgos se puede hablar de una tercera etapa en la que, aunque la Liga española permaneció inamovible dentro de la oferta como eje vertebrador de la misma, se produjo una importante disminución de los contenidos futbolísticos al producirse una importante reducción de las retransmisiones regulares de la cadena.

### **1.2.2. La otra oferta deportiva: incorporación de la Liga ACB**

La oferta deportiva al margen del fútbol experimentó un considerable crecimiento en lo que respecta a su variedad y, en algunos casos, en el número de encuentros retransmitidos. Este crecimiento suponía una continuación de la tendencia surgida en la segunda etapa, al mismo tiempo que una contraposición de la situación experimentada por el fútbol en este tercer periodo.



**Tabla 12: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada (1996-2000)**

| <b>Deporte</b>          | <b>T. 96-97</b> | <b>T. 97-98</b> | <b>T. 98-99</b> | <b>T. 99-00</b> |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Atletismo</b>        | 11              | 6               | 6               | 8               |
| <b>Automovilismo</b>    | 17              | 8               | 33              | 23              |
| <b>Baloncesto</b>       | 83              | 86              | 58              | 148             |
| <b>Balonmano</b>        | 7               | 13              | 8               | 0               |
| <b>Boxeo</b>            | 14              | 20              | 12              | 10              |
| <b>Ciclismo</b>         | 0               | 0               | 3               | 0               |
| <b>Esquí</b>            | 1               | 0               | 0               | 0               |
| <b>Fútbol 7</b>         | 7               | 7               | 6               | 8               |
| <b>Fútbol americano</b> | 31              | 42              | 43              | 42              |
| <b>Fútbol playa</b>     | 4               | 8               | 8               | 13              |
| <b>Golf</b>             | 20              | 20              | 20              | 22              |
| <b>Hípica</b>           | 0               | 0               | 2               | 2               |
| <b>Lucha canaria</b>    | 0               | 1               | 0               | 0               |
| <b>Rugby</b>            | 9               | 8               | 10              | 9               |
| <b>Supercross</b>       | 1               | 2               | 2               | 1               |
| <b>Tenis</b>            | 24              | 23              | 28              | 29              |
| <b>Trial indoor</b>     | 1               | 1               | 3               | 3               |
| <b>Voleibol</b>         | 4               | 7               | 6               | 2               |
| <b>Vóley playa</b>      | 0               | 1               | 4               | 0               |

**Fuente: Elaboración propia**

En esta etapa se retransmitieron eventos de hasta 19 disciplinas deportivas diferentes (Tabla 12). Es decir, se llegaron a ofertar eventos de siete prácticas deportivas nuevas: esquí, hípica, lucha canaria, supercross, trial indoor, voleibol y vóley playa. Estas nuevas disciplinas, al igual que sucedió anteriormente con otras, contaron con escasas retransmisiones, aunque fueron cuidadosamente escogidas; por ejemplo, en voleibol, se emitieron encuentros concretos del mundial en los que participaba la selección española.

A grandes rasgos, este incremento en la variedad deportiva se puede achacar a cuatro cuestiones principales. En primer lugar, a la utilización, una vez más, de la cadena como

elemento promocional de canales temáticos de la plataforma como, por ejemplo, *Eurosport*. En segundo término, estos cambios ayudaban a demostrar a los abonados que la cadena se preocupaba por ellos y trataba de proporcionarles contenidos innovadores, diferentes a lo largo del tiempo.

En tercer lugar, ciertos acuerdos establecidos respecto a los derechos de emisión finalizaron en la etapa anterior o a inicios de este periodo, como es el caso del boxeo. Esto hacía disminuir el número global de emisiones de ciertas disciplinas, al mismo tiempo que hacía necesario encontrar otras retransmisiones que pudieran suplir esas ausencias.

Por último, y como consecuencia de la reducción de la oferta futbolística, especialmente en lo referente a las retransmisiones regulares, la cadena tuvo que encontrar otros eventos deportivos que pudieran cubrir esa carencia si no quería ver disminuida su oferta deportiva en su conjunto.

A este respecto es necesario hablar del baloncesto, la disciplina que, al margen del fútbol, contó con la mayor presencia dentro de la oferta de la cadena en este periodo. Este deporte experimentó un gran crecimiento en sus emisiones a finales de la segunda etapa, cuando se inició la retransmisión regular de los encuentros de la NBA.

En este tercer periodo, el baloncesto volvió a experimentar un importante crecimiento en la temporada 99-00 (Tabla 12). Este hecho coincidió con la desaparición de las retransmisiones regulares de la liga inglesa de fútbol. Es decir, la cadena compensó la pérdida experimentada en la oferta futbolística, con el incremento de la oferta de baloncesto.

Este crecimiento se debió a la adición de la Liga ACB de baloncesto dentro de su oferta regular:

*CANAL+* suma a sus exclusivas deportivas la Liga ACB de baloncesto. Desde el 4 de septiembre, ofrecerá n partido de la Liga regular cada sábado a las 19:30. Y durante los *playoffs*, emitirá una de las series de cuartos de final, una de semifinales y la gran final. Además, en enero transmitirá un encuentro de cuartos, una semifinal y la final de la Copa del Rey y, en noviembre, el partido de las estrellas. (Montes, 1999, p. 24)

Como ya sucedió con las emisiones taurinas en su momento, la inclusión de la Liga ACB conllevó la adaptación de ciertos elementos heredados de las emisiones futbolísticas, como por ejemplo el *Previo*: “Antes de cada encuentro, un programa previo informará al espectador de todos los detalles del partido y, a su conclusión, se realizará un análisis del mismo con especial atención a las estadísticas y el lápiz óptico” (Montes, 1999, p. 24).

Además, al igual que con las retransmisiones futbolísticas, se trató de generar un gran despliegue tecnológico que pudiera mejorar las retransmisiones, y que se basó en el utilizado para la liga NBA:

La cobertura de *CANAL+* para la próxima temporada de la ACB se compone de nueve cámaras estándar, una cámara superlenta, dos minicámaras y otras dos microcámaras; en total, 14 cámaras apoyadas por tres sistemas de repeticiones por disco duro, cuatro VTR y generadores de efectos 3D, todo digital y montado en una unidad móvil de 12 metros... Esta cobertura es similar a la empleada por la NBA en su Liga regular -dobla la habitual en España hasta la fecha- y es sólo comparable con la que se utilizó durante el último torneo Eurobasket, celebrado en Francia. (V. Santamaría, 1999, p. 25)

Hasta ese momento, la Liga ACB había constituido parte de la oferta deportiva regular de *TVE* y, este cambio, supuso la primera vez en la que liga de baloncesto española fue retransmitida en una cadena de pago. Todo ello fue posible debido al descontento de la ACB con la entidad pública por el tratamiento que recibía: “el clima estaba enrarecido entre ACB y TVE, porque la cadena primaba otros eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos o la Eurocopa de fútbol, a la hora de emplear el presupuesto disponible” (Pascual, 2017).

Cabe destacar que este acuerdo entre *Canal Plus* y la ACB no supuso ni la exclusividad de las retransmisiones de dichos encuentros por parte de la cadena, ni la supresión de la emisión de los encuentros en abierto. Las cadenas de televisión autonómicas alcanzaron un acuerdo con la ACB de forma que pudieran retransmitir un partido en abierto los domingos; mientras, que *Canal Plus* se repartió los encuentros que

le correspondían con *Canal Satélite Digital*:

Las cadenas autonómicas han firmado un acuerdo con la asociación de Clubes de Baloncesto (ACB) para emitir un partido en abierto los domingos. Eso sí, Canal Plus y Canal Satélite Digital tendrán prioridad para elegir los dos partidos que consideren más interesantes y las cadenas autonómicas tendrán que conformarse con seleccionar uno entre los restantes de la jornada...

La ACB ya había firmado un contrato con Canal Plus, de manera que la primera elección de los partidos que transmitir recaerá en el canal de pago, la segunda opción será para el canal "Sportmanía", de Canal Satélite Digital, y la tercera para las cadenas autonómicas. (Agencia EFE, 1999).

### **1.2.3. Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos**

Los programas deportivos no experimentaron importantes modificaciones en esta tercera etapa, como las sucedidas en la etapa anterior. En esa misma línea, los cambios se realizaron, principalmente, de dos formas. Por un lado, se produjeron ciertas modificaciones en los programas deportivos heredados de la etapa anterior y, por otro, se llevaron a cabo cambios en la oferta de los espacios deportivos.

Las modificaciones a los programas heredados de la anterior etapa consistieron, principalmente, en ajustes en los horarios y días de emisión de los mismos. Entre los cambios más notables que se introdujeron caben destacar los sucedidos en los espacios *NBA en acción* (1995-2005), *Contrarreloj* (1995-2005), *Transworld Sport* (1990-2005) y *El día después* (1990-2005).

*NBA en acción* realizó modificaciones en varias ocasiones a lo largo de este tercer periodo. La primera se produjo en la temporada 97-98, cuando su emisión se estableció los sábados a las 14:00h. En la siguiente temporada (98-99), a partir de marzo de 1999, se programaron dos días de emisión: sábados a las 20:00h y los domingos a las 7:20h. Finalmente, en la temporada 99-00, las emisiones se establecieron los sábados a las 11:25h y los domingos a las 7:20h.

*Contrarreloj* experimentó una serie de cambios en lo que respecta a sus días de

emisión. Empezó el periodo, temporada 96-97, incrementando su emisión hasta los seis días, de lunes a sábado. Un crecimiento que continuó en la siguiente temporada (97-98) al establecerse una retransmisión de lunes a domingo. Sin embargo, a partir de la siguiente temporada (98-99), se reestableció una retransmisión de cinco días (de lunes a viernes), que conllevó un cambio en el horario de emisión, ahora era a las 21:25h, y, también, una reducción en la duración del espacio de 7 a 5 minutos.

*Transworld Sport* también presentó diferentes cambios en sus horarios de emisión. En la temporada 97-98 la retransmisión se redujo a un solo día, los sábados a las 14:35h, justo después de *NBA en acción*, lo que convertía al mediodía del sábado en una franja dedicada al deporte en preparación de los encuentros que serían retransmitidos por la tarde. Sin embargo, en la siguiente temporada (98-99), tras cuatro modificaciones distintas, se volvió a la doble emisión, esta vez los jueves a las 8:20h y los sábados a las 11:05h. Sobre esta base, la temporada 99-00 introdujo una ligera modificación, la emisión de los sábados se trasladó a las 10:45h. Esta doble emisión permitía a la cadena asegurar las emisiones en abierto sin realizar una inversión mayor.

*El día después* fue de los programas deportivos establecidos que más modificaciones sufrió en diversos aspectos. Por un lado, debido su éxito de audiencia, su duración se amplió, de forma permanente, hasta los 90 minutos (*El País*, 1993; López, 1995; Sofres, 1990-1996). Por otro lado, también varió sus días y horas de emisión. Primero, en la temporada 96-97, la retransmisión se situó los lunes a las 20:05h y los martes a las 9:00h. Seguidamente, en la temporada 97-98, se cambió a una sola emisión semanal, los lunes a las 20:00h. Finalmente, a partir de enero de 1999 (temporada 98-99), se retomaron los dos días de emisión, lunes a las 20:00h y martes entre las 8:35h y las 8:40h. Al igual que con *Transworld sport*, esta doble emisión permitía cubrir las emisiones en abierto sin realizar un gasto económico mayor.

Se realizaron solo dos cambios en la oferta de programas deportivos. En primer lugar, desapareció el espacio *Boxeo* (1990-1994). El deporte seguía presente en la parrilla, pero el programa dedicado a realizar resúmenes de la jornada fue suprimido en este tercer periodo. El segundo cambio fue la incorporación de dos nuevos programas: *El día antes* (1998-2005) y *Generación+* (1999-2001).

*El día antes* fue un magacín deportivo, de 55 minutos de duración, estrenado en octubre de 1998 (temporada 98-99), y emitido los sábados a las 14:35h. El espacio era un

complemento a *El día después*, de hecho compartía presentadores con dicho programa, y se centraba en exponer todo lo sucedido a los diferentes equipos de fútbol en los días previos a los encuentros del domingo (*El País*, 1998b):

Los sábados... ofreceremos *El día antes*, en el que anticiparemos la jornada, pero no necesariamente desde el prisma periodístico, aunque sí nos mojaremos también. En la sección *Qué vienen*, queremos saber lo que piensan las canteras sobre un partido determinado; como también queremos saber lo que los *Locos por el fútbol* tienen que decir sobre sus equipos preferidos. Tendrán una venta para ver desde dentro las intimidades de un equipo o personaje en las vísperas de un partido clave a través de la sección *Una semana con...* También veremos lo que *La historia nos dice* sobre un encuentro determinado. (Robinson, 1998, p. 39)

*Generación+* (Figura 2) fue un programa inspirado en *El día después* que se creó en la temporada 99-00. Se trataba de un magacín deportivo sobre baloncesto, concretamente sobre la liga ACB, lo que lo convertía en el complemento perfecto para las retransmisiones de esta competición, que se iniciaron al mismo tiempo (Montes, 1999, p. 24). El espacio tenía 60 minutos de duración y se retransmitía los lunes a las 19:00h y los miércoles a las 8:20h.

**Figura 2: Plató y presentadores *Generación+* (1999)**



Fuente: (solojinglesradio VHS y más, 2014)

En conjunto, la tercera etapa contó con un total de diez programas deportivos, la misma cantidad que en el periodo anterior: *El tercer tiempo*, *Transworld Sport*, *Contrarreloj*, *El día después*, *El día antes*, *NBA en acción*, *Más deporte*, *Fútbol mundial*, *Birdie* y *Generación+*.

**Tabla 13: Resumen de los programas deportivos emitidos (1996-2000)**

| PROGRAMAS DEPORTIVOS    |               |          |            |           |
|-------------------------|---------------|----------|------------|-----------|
| Nombre                  | Días          | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Birdie</i>           | S             | 30'      | Abierto    | 96-97     |
| <i>Contrarreloj</i>     | L-M-X-J-V-S   | 7'       | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>   | L-M           | 90'      | Mixto      |           |
| <i>El tercer tiempo</i> | D             | 120'     | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>   | D             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>      | L-M-X-J-V     | 30'      | Abierto    |           |
| <i>NBA en acción</i>    | D             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i> | V-S           | 55'      | Mixto      |           |
| <i>Birdie</i>           | S             | 30'      | Abierto    | 97-98     |
| <i>Contrarreloj</i>     | L-M-X-J-V-S-D | 7'       | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>   | L             | 90'      | Abierto    |           |
| <i>El tercer tiempo</i> | D             | 120'     | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>   | D             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>      | L-M-X-J-V-D   | 55'/25'  | Abierto    |           |
| <i>NBA en acción</i>    | S             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i> | S             | 55'      | Abierto    |           |
| <i>Birdie</i>           | S             | 30'      | Abierto    | 98-99     |
| <i>Contrarreloj</i>     | L-M-X-J-V     | 5'       | Abierto    |           |
| <i>El día antes</i>     | S             | 55'      | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>   | L-M           | 90'      | Abierto    |           |
| <i>El tercer tiempo</i> | D             | 120'     | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>   | D             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>      | L-M-X-J-V     | 30'      | Abierto    |           |
| <i>NBA en acción</i>    | S-D           | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i> | J-S           | 55'      | Mixto      | 99-00     |
| <i>Birdie</i>           | S             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Contrarreloj</i>     | L-M-X-J-V     | 55'      | Abierto    |           |
| <i>El día antes</i>     | S             | 55'      | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>   | L-M           | 90'      | Abierto    |           |
| <i>El tercer tiempo</i> | D             | 120'     | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>   | D             | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Generación+</i>      | L-X           | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Más deporte</i>      | L-M-X-J-V     | 55'      | Abierto    |           |
| <i>NBA en acción</i>    | S-D           | 25'      | Abierto    |           |
| <i>Transworld Sport</i> | J-S           | 55'      | Abierto    |           |

Fuente: Elaboración propia

### 1.3. Contenidos taurinos

En las dos etapas anteriores se ha podido hacer seguimiento de la aparición de los contenidos taurinos dentro de la programación de la cadena, y su posterior crecimiento progresivo. No obstante, esta tendencia ascendente de la oferta fue interrumpida con la llegada de la tercera etapa presentando, en su lugar, un considerable descenso.

En el conjunto del tercer periodo, *Canal Plus España* retransmitió un total de 43 eventos taurinos, 47 menos de los emitidos en la etapa anterior. El inicio de este periodo, la temporada 96-97, fue continuista al retransmitir 31 encuentros, casi los mismos que en las diferentes temporadas de ese periodo.

Sin embargo, en la temporada 97-98 se rompió de forma radical esta cadencia puesto que solo se realizó una retransmisión taurina: la corrida Goyesca del 29 de septiembre de 1998. Esta situación, que suponía un retroceso hasta la primera etapa en lo que se refiere a los contenidos taurinos, se produjo por la desaparición de la parrilla de la Feria de San Isidro a causa de la pérdida de los derechos de retransmisión de dicho evento, que se los había arrebatado la plataforma de la competencia, *Vía Digital*.

Ante esta situación, en la temporada 98-99, la cadena trató de volver a generar una oferta taurina atractiva sin contar con la Feria de San Isidro. Para ello, la cadena creó la autodenominada Feria de Canal+, donde se agrupaban diferentes encuentros que no pertenecían necesariamente a los mismos eventos: “cada domingo, desde el 27 de junio hasta el viernes 20 de agosto, una corrida de toros desde algunas de las plazas más importantes de España y con carteles en los que figuran algunos de los mejores toreros y ganaderías” (*Canal Plus Revista*, 1999a, p. 14). De esta forma, el canal retransmitió nueve encuentros taurinos en la temporada 98-99.

En la siguiente temporada, 99-00, la cadena repitió su apuesta por la Feria de Canal+, aunque, en esta ocasión, se amplió el número de retransmisiones hasta 12:

El sábado 3 se inaugura la nueva Feria de Canal+. Durante doce tardes se podrá asistir a un amplio muestrario de lo mejor de la fiesta de los toros, con ganaderías de renombre... y la presencia de las máximas figuras del toreo. (*Canal Satélite Digital Revista*, 2000b, p. 18)



Por otra parte, pese a esta inestabilidad en la oferta de los encuentros taurinos, los espacios complementarios a dichos eventos permanecieron inamovibles. Tanto el espacio *Previo*, como el programa *El planeta de los toros* (1994-2002), continuaron formando parte de la parrilla de la cadena. Este último se siguió programando incluso en la temporada 97-98, cuando no se retransmitió ningún evento taurino, lo cual reflejaba la intención de la cadena de reincorporar estos contenidos dentro de su oferta en un futuro próximo.

**Tabla 14: Resumen de los programas taurinos emitidos (1996-2000)**

| PROGRAMAS TAURINOS             |       |          |            |           |
|--------------------------------|-------|----------|------------|-----------|
| Nombre                         | Días  | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>El planeta de los toros</i> | X-J   | 60'      | Codificado | 96-97     |
| <i>El planeta de los toros</i> | M-J   | 60'      | Codificado | 97-98     |
| <i>El planeta de los toros</i> | X-J   | 60'      | Codificado | 98-99     |
| <i>El planeta de los toros</i> | M-X-V | 60'      | Codificado | 99-00     |

**Fuente:** Elaboración propia

#### **1.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea**

Durante esta tercera etapa, los otros contenidos de entretenimiento (musicales y miscelánea) experimentaron, de forma generalizada, un importante retroceso. De ellos, los contenidos musicales fueron los más afectados por la aparición de la plataforma, debido a la cual se redujo la oferta de este tipo de programas. Un suceso que contrastó con el aumento que se produjo en la retransmisión de eventos musicales.

En los espacios miscelánea, los programas magazines, principal referente de este género, se redujeron hasta casi desaparecer. Aunque, en contrapartida, los programas de humor recibieron un importante impulso que había sido inexistente hasta el momento.

##### **1.4.1. Contenidos musicales: aumento de los eventos musicales**

Continuando con las bases establecidas en la primera etapa, en este tercer periodo los contenidos musicales estuvieron compuestos por dos tipos de retransmisiones: eventos musicales y programas musicales. Los eventos musicales continuaron con la tendencia creciente que presentaron en la segunda etapa, es decir, se emitieron un mayor número de

eventos musicales en este periodo que en el anterior.

Frente a las 14 retransmisiones de eventos musicales previos, en esta se emitieron hasta 48 eventos diferentes, entre los que se encontraron el Concierto de Rolling Stones (29-12-1998) y Concierto de Gloria Estefan (16-11-1996). Además de estos 48 eventos, en esta etapa se realizaron unas 14 retransmisiones de conciertos al amparo de un nuevo espacio denominado *Concierto básico*. Se trataba de un programa contenedor, introducido en la temporada 98-99, que no contaba con un horario de emisión concreto, y dentro del cual se emitían conciertos variados como Hevia (1-5-1999) o La Oreja de Van Gogh (6-3-1999).

En lo que respecta a los programas musicales, se puede hablar de una paulatina disminución de la oferta conforme se desarrollaba el periodo. En el conjunto de la etapa, se emitieron un total de siete programas diferentes, uno menos que en el periodo anterior. De esos programas, cinco se estrenaron en la etapa anterior (*Buenos días, buenos clips* (1990-1997), *Del 40 al 1* (1990-2005), *Los 40 principales* (1990-2005), *Música noche* (1990-2002) y *On music* (1996-1997)) y solo dos fueron nuevas incorporaciones (*Flamenco* (1997-1998) y *Músicas privadas* (1996-1999)).

Los programas heredados permanecieron sin cambios relevantes en lo que se refiere a sus contenidos, duración y horario de emisión. Sin embargo, es pertinente señalar que dos de ellos, *On music* y *Buenos días, buenos clips*, solo estuvieron presentes durante una temporada de este periodo: la temporada 96-97. Además, *Buenos días, buenos clips* contó con una presencia esporádica en esa temporada, solo se emitió cinco días en total: 3-10-1996, 24-10-1996, 18-11-1996, 16-1-1997, 20-2-1997 y 15-5-1997.

Las nuevas incorporaciones programáticas, *Flamenco* y *Músicas privadas*, surgieron en la temporada 96-97 y contaron con una duración de dos temporadas, hasta la 97-98. Se trataba de dos propuestas de contenido diferentes que trataban de aportar variedad a la oferta musical de la cadena.

*Músicas privadas* se incorporó a la parrilla en abril de 1997 como adaptación televisiva de un programa de radio homónimo, algo que ya se había producido con antelación en *Canal Plus España*. El programa se emitía, de forma mensual, los jueves de madrugada. Se trataba de un magacín musical centrado en mostrar y explicar el surgimiento y desarrollo de los diferentes estilos musicales:

La oferta va a ser muy amplia. Jazz, músicas del mundo, voces de lujo y música instrumental contemporánea se van a alternar en una opción que, al crecer, va a tomar el nombre de *Músicas privadas*. Es una oportunidad única de descubrir, de conocer un amplio abanico de músicas con alma que va a deparar una agradable sorpresa al abonado de *CANAL+*. (Flo, 1997, p. 69)

*Flamenco* se incorporó a la oferta de la cadena un mes después, en mayo de 1997, y, al igual que *Músicas privadas*, se emitió mensualmente, los jueves de madrugada. Se trataba de un programa de reportajes y conciertos musicales centrado en el mundo del flamenco:

*CANAL+* pretende conseguir con el nuevo programa mensual dedicado al flamenco que sus abonados disfruten de este arte sublime, y para ello, ofrecerá, en exclusiva. Actuaciones de grandes artistas... Cada capítulo incluirá la presencia de las tres variantes del flamenco: cante, toque y baile, que mostrarán sus más recónditos secretos. Se ofrece así una sugerente oportunidad a los buenos amantes de la música para ampliar sus conocimientos. (Herrera, 1997, p. 61)

Por último, es necesario destacar que, aunque en conjunto, la cadena ofertó siete programas musicales diferentes, debido a la eliminación de algunos de estos programas de la oferta a lo largo del periodo, en las dos últimas temporadas (98-99 y 99-00), solo se ofrecieron tres espacios de este tipo. Esta situación fue consecuencia del progresivo incremento de canales temáticos musicales en la plataforma, como, por ejemplo, *40TV* en noviembre de 1998 (Flo, 1998, p. 79).

**Tabla 15: Resumen de los programas musicales emitidos (1996-2000)**

| PROGRAMAS MUSICALES              |           |          |            |           |
|----------------------------------|-----------|----------|------------|-----------|
| Nombre                           | Días      | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Buenos días, buenos clips</i> | J         | 52'      | Abierto    | 96-97     |
| <i>Del 40 al 1</i>               | D         | 45'      | Abierto    |           |
| <i>Flamenco</i>                  | J         | 60'      | Codificado |           |
| <i>Los 40 principales</i>        | L-M-X-J-V | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>              | M         | variable | Codificado |           |
| <i>Músicas privadas</i>          | J         | variable | Codificado |           |
| <i>On music</i>                  | S-D       | 30'      | Abierto    |           |

|                           |             |          |            |       |
|---------------------------|-------------|----------|------------|-------|
| <i>Del 40 al 1</i>        | S-D         | 45'      | Abierto    | 97-98 |
| <i>Flamenco</i>           | J           | 60'      | Codificado |       |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V   | 45'      | Abierto    |       |
| <i>Música noche</i>       | M           | variable | Codificado |       |
| <i>Músicas privadas</i>   | J           | variable | Codificado |       |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S-D         | 60'      | Abierto    | 98-99 |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V-D | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Música noche</i>       | M           | variable | Codificado |       |
| <i>Músicas privadas</i>   | J           | variable | Codificado |       |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S           | 60'      | Abierto    | 99-00 |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V   | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Música noche</i>       | M           | variable | Codificado |       |

Fuente: Elaboración propia

#### 1.4.2. Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: los espacios de humor cobran fuerza

Los contenidos miscelánea de esta tercera etapa permanecieron similares a los del periodo anterior, aunque sí que se realizaron ciertas modificaciones que fueron, en mayor o menor grado, relevantes. Nuevamente, los contenidos miscelánea estuvieron compuestos, principalmente, por retransmisiones de eventos, programas magazines y diversos espacios de humor.

Las retransmisiones de eventos permanecieron sin cambios excesivamente notables con respecto a la etapa anterior. Se llegaron a retransmitir hasta 12 eventos diferentes, sin contar las Campanadas de Año Nuevo ni el Discurso del Rey de Navidad, el mismo número de eventos que el periodo anterior. Lo que cambio fue, en algunos casos, los eventos que fueron emitidos, por ejemplo, este periodo incluyó el Festival Erótico de Barcelona, el Festival de cine de Málaga y el Festival Iberoamericano de Publicidad.

Los programas magazines quedaron reducidos, en este tercer periodo, solo a uno: *Lo + Plus* (1990-2005). A nivel de contenido, el programa no sufrió grandes cambios, aunque sí experimentó variaciones en sus horarios y días de emisión a lo largo de toda esta etapa. Todas ellas se debieron, en gran medida, al hecho de que este era un programa joven que, a pesar de su éxito, todavía necesitaba encontrar su posición más adecuada dentro de la parrilla.

En la temporada 96-97, *Lo + Plus* presentó un aumento del número de emisiones respecto al periodo anterior; se trataba, principalmente, de multidifusiones en abierto que

le permitían a la cadena cubrir la franja matinal. Por una parte, las retransmisiones se mantuvieron de martes a viernes a las 20:30h, pero, además, los lunes y viernes se programó otra emisión a las 9:00h. En la siguiente temporada (97-98) se recuperó la emisión solo de martes a viernes a las 20:30h. A partir de enero de 1999 (temporada 98-99) se volvieron a retomar las emisiones de lunes a viernes y, tras varios y múltiples cambios, se establecieron los siguientes horarios de emisión: lunes a las 9:10h, martes a las 20:30h y, de jueves a viernes, doble emisión, una a las 9:10h y otra a las 20:30h. Por último, en la temporada 99-00, se volvió a establecer la emisión de martes a viernes: martes a las 20:00h, miércoles y jueves a las 9:10h y a las 20:00h, y viernes a las 9:10h.

La modificación horaria de esta última temporada resultó especialmente llamativa porque, al adelantar la emisión de la tarde a las 20:00h, *Lo + Plus* dejaba de estar en competencia con las emisiones de los informativos del resto de cadenas. Tras la emisión del magacín se programaron, en abierto, series de ficción exitosas entre el público generalista como, por ejemplo, *Friends* (Bright et al., 1994-2004) o *De repente Susan* (Dontzig et al., 1996-2000); tras las cuales se emitía el informativo de *Canal Plus*. Todo esto garantizaba una competencia real con los otros canales, a la vez que una transición fluida entre la franja de la tarde y la de *prime time*.

Los espacios de humor ofertados por la cadena en este periodo, al contrario que en la etapa anterior, sí experimentaron cambios relevantes, lo que revalorizó, ligeramente, este tipo de contenidos miscelánea. Concretamente, hubo dos modificaciones especialmente importantes que se llevaron a cabo.

En primer lugar, los guiñoles obtuvieron su propio espacio al margen del magacín *Lo + Plus*, del cual formaban parte. En la temporada 96-97 se creó el programa *Las noticias del guiñol* (López, 1996-2008), un espacio de 30 minutos que se emitía los sábados a las 21:00h. En él se ofrecía un repaso a la actualidad informativa semanal en clave de humor. Posteriormente, en la temporada 97-98, se creó el espacio *La semana del guiñol* (López, 1997-2005) (Gallo, 1998a), el cual tomó el relevo a *Las noticias del guiñol*, haciendo que este último desapareciera.

Al año siguiente, temporada 98-99, *La semana del guiñol* sufrió varios cambios de horario hasta establecerse a las 22:50h. Al mismo tiempo, se recuperó el espacio *Las noticias del guiñol* que se estableció como un programa semanal en el que se ofrecían sátiras de la actualidad informativa, de lunes a viernes a las 21:52h. Mientras que ese fue

el horario que se programó de forma definitiva para *Las noticias del guiñol*, el espacio *La semana del guiñol* sufrió una nueva modificación horaria en la temporada 99-00, en la que se creó una doble emisión, los domingos a las 15:00h y los lunes a las 9:10h (en multidifusión).

El segundo cambio relevante que se produjo respecto a los contenidos de humor fue la creación del programa *El club de la comedia* (1999-2005) (Figura 3), en la temporada 99-00. El programa duraba 45 minutos e iniciaba el, anteriormente explicado, espacio *Noche de series en Canal +* que se emitía en el *prime time* nocturno.

**Figura 3: Javier Veiga presentando *El club de la comedia* (1999)**



**Fuente: (Mierder VHS, 2020)**

El programa ofrecía un espacio en el que, diversos actores y comediantes españoles, disponían de un tiempo determinado para interpretar diversos monólogos humorísticos:

*El club de la comedia* es un espacio de humor por el que pasarán cada semana algunos de los nombres más relevantes del panorama de la comedia en España. Actores y cómicos, en solitario, sin más recursos que sus gestos y sus palabras, intentarán hacer reír al espectador en un *show* cara al público. (Contreras, 1999, p. 30)

Por último, al margen de toda esta oferta de contenidos miscelánea, cabe mencionar el desarrollo que se produjo en este periodo en lo referente a otros dos espacios de

entretenimiento: *El juego de las lunas* (1999-2000) y *Más o menos multiplicado o dividido* (1996-1999).

*El juego de las lunas* fue el segundo y último concurso televisivo que ofreció *Canal Plus* España a lo largo de su periodo de retransmisiones analógicas. El programa, de unos 30 minutos de duración, surgió en abril de 1999 (temporada 98-99) y desapareció tras la temporada 99-00. Al principio, el espacio se emitía los sábados a las 14:00h, posteriormente, en la temporada 99-00, se cambió a una doble emisión, los viernes a las 8:20h y los domingos a las 14:05h.

El concurso reunía a personas mayores y a niños con el objetivo de que los concursantes adivinasen palabras en base a las explicaciones que, tanto niños como adultos, habían realizado previamente de dichas palabras (Ginart, 1999):

*El juego de las lunas* es como un viaje a la Luna... La expedición está formada por dos jugadores adultos que se enfrentan entre sí para intentar llegar a la Luna con sus cohetes -azul y amarillo-, saltando de órbita en órbita... Y para conseguir ganar órbitas tienen que cazar palabras, es decir, tienen que saber escuchar, entender y adivinar el lenguaje de “los habitantes de la Luna” ...

Desde la Luna, mayores y niños definen un mundo que puede ser muy divertido, sorprendente, surreal y lleno de sabiduría... Sus intervenciones (previamente grabadas) son las que ponen en dificultades a los dos jugadores... Los mayores se sitúan de igual a igual a los niños, y juntos llenan la pantalla y comparten el firmamento de este nuevo juego. (Obiols, 1999, p. 24)

Con respecto al espacio infantil y juvenil *Más o menos multiplicado o dividido*, este no quedó exento de modificaciones, al igual que sucedió con las series de ficción infantiles. Para empezar, el espacio sufrió modificaciones en los horarios de emisión; la primera fue en enero de 1997 (temporada 96-97), donde se establecieron las siguientes emisiones: de lunes a viernes de 19:00h a 20:00h, los sábados de 9:00h a 10:00h, y los domingos de 8:30h a 10:00h.

En la temporada 97-98 el programa se emitió de lunes a viernes de 8:00h a 9:00h y de 13:00h a 13:30h, los sábados de 8:00h a 10:00h y los domingos de 8:00h a 9:30h. En

la siguiente temporada, 98-99, las emisiones se programaron de lunes a viernes de 8:10h a 9:00h y de 13:00h a 13:30h, y los sábados de 8:00h a 10:00h.

Sin embargo, el programa no llegó a terminar la temporada 98-99 puesto que, en enero de 1999, fue suprimido de la oferta de la cadena. En su lugar se creó *Pim, Pam, Plus* (1999-2005), un espacio que, a diferencia de *Más o menos multiplicado o dividido*, era un mero programa contenedor infantil dentro del cual se agrupaba la oferta de series de ficción infantiles que emitía la cadena. Esto suponía un retroceso, una vuelta al primer periodo del canal, a la vez que mostraba una paulatina y creciente pérdida de interés, por parte de la cadena, respecto a los contenidos infantiles y que discurre de manera paralela a la tendencia mostrada por el resto de las cadenas generalistas, salvo en la pública TVE2.

**Tabla 16: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (1996-2000)**

| <b>PROGRAMAS MISCELÁNEA<br/>Y<br/>OTROS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO</b> |               |                 |                |                  |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|
| <b>Nombre</b>                                                            | <b>Días</b>   | <b>Duración</b> | <b>Emisión</b> | <b>Temporada</b> |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                           | S             | 30'             | Abierto        | 96-97            |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | L-M-X-J-V     | 60'             | Abierto        |                  |
| <i>Más o menos multiplicado o dividido</i>                               | L-M-X-J-V-S-D | 30'/60'         | Mixto          |                  |
| <i>La semana del guiñol</i>                                              | S             | 30'             | Abierto        | 97-98            |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | M-X-J-V       | 60'             | Abierto        |                  |
| <i>Más o menos multiplicado o dividido</i>                               | L-M-X-J-V-S-D | 120'            | Mixto          |                  |
| <i>El juego de las lunas</i>                                             | S             | 30'             | Abierto        | 98-99            |
| <i>La semana del guiñol</i>                                              | S             | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                           | L-M-X-J-V     | 8'              | Abierto        |                  |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | L-M-X-J-V     | 60'             | Abierto        |                  |
| <i>Más o menos multiplicado o dividido</i>                               | L-M-X-J-V-S-D | 120'            | Mixto          |                  |
| <i>Pim, pam, plus</i>                                                    | L-M-X-J-V-S-D | 120'            | Mixto          |                  |
| <i>Zap... zap... zapping</i>                                             | S-D           | 30'             | Abierto        | 99-00            |
| <i>El club de la comedia</i>                                             | S-D           | 45'             | Mixto          |                  |
| <i>El juego de las lunas</i>                                             | V-D           | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>La semana del guiñol</i>                                              | L-D           | 30'             | Abierto        |                  |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                           | L-M-X-J-V     | 8'              | Abierto        |                  |
| <i>Lo + Plus</i>                                                         | M-X-J-V       | 60'             | Abierto        |                  |
| <i>Pim, pam, plus</i>                                                    | L-M-X-J-V-S-D | 120'            | Mixto          |                  |
| <i>Zap... zap... zapping</i>                                             | V-D           | 30'             | Abierto        |                  |

**Fuente: Elaboración propia**



## 1.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos

En esta tercera etapa, los contenidos culturales e informativos presentaron, una vez más, desarrollos bastante diferentes. Los contenidos culturales experimentaron un aumento de su oferta, que afectó a los documentales y a otros programas culturales, lo que incrementó la presencia e importancia del género en la cadena.

Por su parte, los contenidos informativos mantuvieron una considerable estabilidad y continuidad en lo que respecta a la oferta de reportajes, pero no al resto de programas informativos. Estos últimos sufrieron considerables modificaciones debido al desarrollo de la plataforma que, en última instancia, mermaron la oferta de estos espacios. A pesar de ello, cabe destacar que la cadena permitió la creación de un innovador espacio de entrevistas, un contrapunto en el desarrollo de los programas informativos del periodo.

### 1.5.1. Contenidos culturales: aparición de nuevos programas culturales

Al igual que en las etapas anteriores, este periodo presentó una oferta de contenidos culturales compuesta, en gran medida, por documentales, que compusieron el grueso de la oferta cultural de la cadena. En conjunto, se estrenaron un total de 387 piezas documentales en este tercer periodo (Tabla 17): 88 en la temporada 96-97, 127 en la temporada 97-98, 84 en la temporada 98-99 y 88 en la temporada 99-00.

Comparativamente con el periodo anterior, esto supuso un considerable incremento aun cuando se calcula la media de estrenos realizados por temporada en cada uno de los dos periodos: 97 estrenos de media en el tercer periodo frente a 84 estrenos de media en el segundo periodo. Este incremento se produjo a pesar de mantenerse, e incluso incrementarse, el número de series documentales que se ofertaron, un total de 60: 11 en la temporada 96-97, 14 en la temporada 97-98, 18 en la temporada 98-99 y 17 en la temporada 99-00.

**Tabla 17: Muestra de 10 documentales (1996-2000)**

| <b>Título español</b>                      | <b>Título original</b>                     | <b>Director</b>   | <b>País/Países</b> | <b>Año</b> |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------|--------------------|------------|
| <i>Cuando éramos reyes</i>                 | <i>When we were kings</i>                  | Leon Gast         | EE. UU.            | 1996       |
| <i>Curro Romero: La leyenda del tiempo</i> | <i>Curro Romero: La leyenda del tiempo</i> | Emilio Maillé     | Francia<br>España  | 1998       |
| <i>El latido del bosque</i>                | <i>El latido del bosque</i>                | Joaquín Gutiérrez | España             | 1997       |

|                                                    |                                                |                              |                                  |      |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|------|
| <i>La verdadera historia del cine</i>              | <i>Forgotten Silver</i>                        | Costa Botes<br>Peter Jackson | Nueva Zelanda                    | 1995 |
| <i>Lisboa, Faca No Coração</i>                     | <i>Lisboa, Faca No Coração</i>                 | Manuel Palacios              | España                           | 1998 |
| <i>Nagarahole, un paraíso en la India</i>          | <i>Nagarahole: tales from an Indian jungle</i> | Shekar Dattatri              | EE. UU.<br>Reino Unido<br>Suecia | 1997 |
| <i>Osos gigantes de Siberia</i>                    | <i>The Great Siberian Grizzly</i>              | Albert Hader<br>(productor)  | EE. UU.                          | 1997 |
| <i>Stephen King: Un resplandor en la oscuridad</i> | <i>Stephen King: Shining in the Dark</i>       | David Stewart                | Reino Unido                      | 1999 |
| <i>Titanic, más allá de la tragedia</i>            | <i>Beyond Titanic</i>                          | Edith Becker                 | EE. UU.                          | 1998 |
| <i>Unzipped</i>                                    | <i>Unzipped</i>                                | Douglas Kieve                | EE. UU.                          | 1995 |

**Fuente:** Elaboración propia

En general, la duración de las emisiones documentales se mantuvo entre los 30 y 60 minutos con un horario cambiante, tal y como había ocurrido hasta el momento. Sin embargo, es necesario resaltar que, en este periodo, se estableció la emisión de, como mínimo, un documental mensual a las 22:00h, la hora del cine de estreno. Mayoritariamente se trataba de documentales de naturaleza producidos en el extranjero y de forma externa a Canal Plus, principalmente por *National Geographic* o la *BBC*; como, por ejemplo, *Los dragones de las Galápagos* (Parer & Parer-Cook, 1998).

De esta forma se conseguía, por un lado, dar una mayor visibilidad a los documentales lo que, a su vez, servía para promocionar los canales temáticos de documentales de la plataforma. Por otro lado, tal y como se ha explicado, la programación de documentales a esta hora concreta ayudó a compensar la disminución paulatina que se produjo en el número de estrenos cinematográficos a lo largo del periodo.

En un segundo plano, al igual que en las etapas anteriores, la cadena ofertó contenidos culturales de otras dos formas. Por un lado, en forma de documentales y reportajes sobre cine emitidos, mayoritariamente, al amparo de los títulos genéricos de *Así se hizo*, *Cuadernos de rodaje* y *Detrás de la cámara*. Estas piezas seguían teniendo

una duración máxima de 30 minutos y su emisión dependía de las necesidades programáticas de la cadena.

Por otro lado, en forma de programas o magacines culturales. Esta etapa experimentó un considerable crecimiento a ese respecto con la creación de hasta cuatro magacines culturales a lo largo de las diferentes temporadas: *Magacine* (1996-2005) (divido en *Magacine: Toma 1* y *Magacine: Toma 2*), *Te +* (1998-1999), *Nuestro cine* (1998-2001) y *No va +* (2000).

*Magacine* (Figura 4) fue un magacín cinematográfico creado en septiembre de 1996 (temporada 96-97) en sustitución del programa *Primer Plano*. El programa, centrado en la actualidad cinematográfica, se presentó dividido en dos partes: *Magacine: Toma 1* y *Magacine: Toma 2*. *Magacine: Toma 1* era “una guía de imágenes sobre lo mejor, más divertido e interesante que tiene la cartelera nacional” (Pérez Estremera, 1996, p. 45). Mientras que, *Magacine: Toma 2* ofrecía “una ágil y pormenorizada visión sobre la evolución de las películas, no sólo en España, sino también en Europa y Estados Unidos, según sus ingresos y audiencia... de todo un poco sobre el cine y su atractivo” (Pérez Estremera, 1996, p. 45).

El programa tenía una duración de entre 30 y 60 minutos, en función de la temporada y de cuál de las dos partes se emitiera, puesto que su horario de emisión cambió a lo largo de todo el periodo. En la temporada 96-97, *Magacine: Toma 1* se programó los viernes de 20:05h a 20:30h, y *Magacine: Toma 2*, los sábados de 13:15 a 14:00. En la temporada 97-98, *Magacine: Toma 1* se emitió los sábados de 13:00 a 14:00, y *Magacine: Toma 2*, los domingos de 14:00h a 14:30h. A partir de marzo de 1999 (temporada 98-99), *Magacine: Toma 1* fue retransmitido los lunes de 8:20h a 9:10h y los sábados de 13:00h a 14:00h, mientras *Magacine: Toma 2* lo hizo los miércoles de 8:20h a 8:45h y los domingos de 14:05h a 14:30h. Por último, en la temporada 99-00, se preservaron estos horarios con un ligero cambio, desapareció la emisión de los miércoles de *Magacine: Toma 2*.

**Figura 4: Cabecera *Magacine* (1999)**



**Fuente: (Colección TV, 2015)**

*Te +* fue un magacín cultural, creado en octubre de 1998 (temporada 98-99), de 30 minutos de duración y retransmitido los sábados a las 20:00h (de la Serna, 1998, p. 51). El programa ofrecía un espacio cultural dividido en dos secciones, “una primera dedicada a un tema monográfico y la segunda, que se ocupará de actualidad y reportajes” (*El País*, 1998b). Este espacio no estuvo en antena más allá de la temporada 98-99.

*Nuestro cine* (Figura 5) fue un programa de 15 minutos centrado en la actualidad del cine español. Se creó en enero de 1999 (temporada 98-99), al mismo tiempo que la sección cinematográfica *Cine español en CANAL+*, con un claro objetivo de complementarla promocionalmente. El espacio no contaba con un horario fijo de emisión. Comenzó emitiéndose los jueves a partir de las 23:30h, después de la sesión de las 22:00h de *Cine español en CANAL+*. Más adelante, se apostó por la doble emisión, martes a las 8:20h y jueves tras la película de las 22:00h. Tras la temporada 98-99, el programa desapareció de la programación de la cadena.

**Figura 5: Cabecera *Nuestro cine* (1999)**



**Fuente: (Colección TV, 2020)**

*No va +*, originariamente concebido bajo el nombre de *Mundo +* (*Canal Satélite Digital Revista*, 2000a, p. 27), fue un magacín cultural creado en enero del 2000 y que solo se emitió hasta el final de la temporada 99-00. El espacio, que duraba 45 minutos, se programó los sábados a las 13:45h, y proponía “realizar un seguimiento de toda la actualidad del arte, la cultura y el ocio, adelantándose a las novedades y recomendando las mejores opciones” (*Canal Satélite Digital Revista*, 2000a, p. 27).

Cabe destacar esta gran apuesta de la cadena por los programas culturales durante este tercer periodo, algo que no se había hecho hasta ese momento. Sin embargo, igualmente llamativo es el hecho de que, de todos los programas culturales que se crearon, solo uno, *Magacine*, llegó a transcender esta etapa y llegar a estar presente en la siguiente.

**Tabla 18: Resumen de los programas culturales emitidos (1996-2000)**

| PROGRAMAS CULTURALES    |      |          |         |           |
|-------------------------|------|----------|---------|-----------|
| Nombre                  | Días | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>Magacine: Toma 1</i> | V    | 25'      | Abierto | 96-97     |
| <i>Magacine: Toma 2</i> | S    | 45'      | Abierto |           |
| <i>Magacine: Toma 1</i> | S    | 60'      | Abierto | 97-98     |
| <i>Magacine: Toma 2</i> | D    | 30'      | Abierto |           |
| <i>Magacine: Toma 1</i> | L-S  | 50'/60'  | Abierto | 98-99     |
| <i>Magacine: Toma 2</i> | X-D  | 30'      | Abierto |           |
| <i>Nuestro cine</i>     | M-J  | 15'      | Mixto   |           |
| <i>Te+</i>              | S    | 30'      | Abierto |           |

|                         |     |         |            |       |
|-------------------------|-----|---------|------------|-------|
| <i>Magacine: Toma 1</i> | L-S | 50'/60' | Abierto    | 99-00 |
| <i>Magacine: Toma 2</i> | D   | 30'     | Abierto    |       |
| <i>No va +</i>          | S   | 45'     | Abierto    |       |
| <i>Nuestro cine</i>     | M-J | 15'     | Codificado |       |

Fuente: Elaboración propia

### 1.5.2. Contenidos informativos: aparición de programas de entrevistas

En esta tercera etapa, los contenidos informativos siguieron gozando de la estabilidad existente en el periodo anterior, aunque no por ello estuvieron exentos de cambios. Al igual que en la etapa anterior, los contenidos informativos de este periodo estuvieron conformados, principalmente, por noticiarios y reportajes.

Los noticiarios iniciaron esta tercera etapa ofertando los mismos tres programas con los que finalizaron el segundo periodo: *Plusvalía* (1995-1997), *ABC World News* (Banner & Jennings, 1953-presente) y *Redacción* (1990-2000). Sin embargo, esta situación no se sostuvo a lo largo de toda la tercera etapa debido, principalmente, a dos sucesos.

En primer lugar, la retirada de *Plusvalía* de la parrilla tras la temporada 96-97, tras lo cual, el espacio no fue sustituido por ningún otro programa informativo similar. Y, en segundo lugar, la creación, en enero de 1999, del canal temático informativo *CNN+* dentro de la plataforma de *Canal Satélite Digital* (R. G. Gómez & Gallo, 1999). Este último suceso fue el que más repercutió a los contenidos informativos de la cadena.

El canal *CNN+* surgió de la colaboración establecida entre *Sogecable* y la *CNN*; pero esta colaboración también repercutió en *Canal Plus España* de dos formas diferentes. En primer lugar, esta alianza supuso el fin de la emisión del noticiario *ABC News*; en su lugar, la cadena retransmitió el informativo extranjero *CNN News* (1989-presente) (*El País*, 1999a). No obstante, este último solo duró unos pocos días, del 11 de enero de 1999 al 26 de enero de 1999, fecha en la que comenzó a retransmitir el canal *CNN+* (*El País*, 1999b). *CNN News* fue el último noticiario extranjero que retransmitió la cadena.

En segundo lugar, esta colaboración propició un cambio en el espacio *Redacción*. Hasta el momento, este espacio había sido una producción propia de la cadena, no obstante, en septiembre de 1999, esto comenzó a cambiar con la creación de *CNN+ Noticias* (1999-2005). Desde ese momento, el espacio *Redacción* convivió con *CNN+ Noticias*; *CNN+ Noticias* se encargaba de la emisión de informativos durante todo el día,

mientras que *Redacción* se encargaba del informativo que se emitía en el *prime time* nocturno. Este hecho fue el inicio del fin del espacio *Redacción*.

De esta forma, aunque el canal inició el tercer periodo contando con tres espacios informativos diferentes, *Plusvalía*, *ABC World News Redacción*, al finalizar las cuatro temporadas solo se mantuvo *Redacción*, junto con *CNN+ Noticias*, ambos combinados para ofertar el mismo contenido.

En lo que respecta a los reportajes, la mayoría continuaron retransmitiéndose, semanalmente, dentro del espacio *Abierto en Canal* (1995-1999). No obstante, esta situación cambió en la temporada 99-00. A partir de entonces el espacio pasó a denominarse *Código+* (1999-2000), y a retransmitirse, una vez al mes, a las 22:00h, otro elemento que contribuyó en el proceso de disminución de estrenos cinematográficos que se ha explicado anteriormente (Bernal, 1999, p. 33).

Finalmente, al margen de los reportajes y los noticiarios, cabe destacar la aparición, en este periodo, de uno de los programas más innovadores de la historia de la cadena: *Epílogo* (1998-2020). Este espacio, creado en la temporada 97-98 con el nombre inicial de *Posdata*, era un programa de entrevistas, algo inédito hasta el momento en *Canal Plus*.

Sin embargo, no se trataba de un programa de entrevistas convencional, las piezas eran testimonios en vida de los entrevistados, y solo se emitían tras el fallecimiento de estos; una especie de testamentos audiovisuales:

Con las últimas confesiones del pintor Antonio Saura, Canal + estrenaba en julio de 1998 *Epílogo*, espacio de entrevistas a título póstumo que ha sido premiado con un Ondas... *Epílogo* nació con la intención de hacer un recorrido autobiográfico por la vida, obra, sentimientos, angustias y compromisos ideológicos o éticos de personajes de primera fila. Su singularidad estriba, además, en que las palabras del entrevistado únicamente se harán públicas tras su muerte. (Gallo, 1999)

**Tabla 19: Resumen de los programas informativos emitidos (1996-2000)**

| PROGRAMAS INFORMATIVOS  |               |          |         |           |
|-------------------------|---------------|----------|---------|-----------|
| Nombre                  | Días          | Duración | Emisión | Temporada |
| <i>ABC World News</i>   | L-M-X-J-V-S   | 25'      | Abierto | 96-97     |
| <i>Abierto en canal</i> | S             | 55'      | Abierto |           |
| <i>Redacción</i>        | L-M-X-J-V-S-D | 5'/30'   | Abierto |           |
| <i>Plusvalía</i>        | L-M-X-J-V     | 30'      | Abierto |           |

|                         |               |          |            |       |
|-------------------------|---------------|----------|------------|-------|
| <i>ABC World News</i>   | L-M-X-J-V     | 25'      | Abierto    | 97-98 |
| <i>Abierto en canal</i> | S             | 55'      | Abierto    |       |
| <i>Epílogo</i>          | variable      | 55'      | Abierto    |       |
| <i>Redacción</i>        | L-M-X-J-V-S-D | 5' - 30' | Abierto    |       |
| <i>ABC World News</i>   | L-M-X-J-V     | 25'      | Abierto    | 98-99 |
| <i>Abierto en canal</i> | V-S           | 55'      | Abierto    |       |
| <i>CNN News</i>         | L-M-X-J-V     | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Epílogo</i>          | variable      | 55'      | Abierto    |       |
| <i>Redacción</i>        | L-M-X-J-V-S-D | 22'      | Abierto    | 99-00 |
| <i>CNN+ Noticias</i>    | L-M-X-J-V-S-D | 5'/20'   | Abierto    |       |
| <i>Código+</i>          | X             | 55'      | Codificado |       |
| <i>Epílogo</i>          | variable      | 55'      | Abierto    |       |
| <i>Redacción</i>        | L-M-X-J-V-S-D | 30'      | Abierto    |       |

Fuente: Elaboración propia

## 2. Cuarta etapa (2000-2005). Declive y desaparición de *Canal Plus* España en analógico

Tras 10 años de funcionamiento, el canal inició, en el año 2000, su cuarta y última etapa. En ella se desarrolló el proceso de declive de la cadena, que ya había comenzado a finales del tercer periodo, y que concluyó con la supresión de la retransmisión analógica de *Canal Plus*.

Esta etapa englobó las cinco últimas temporadas de la cadena: 00-01, 01-02, 02-03, 03-04 y 04-05; además, también incluyó los primeros meses de la temporada 05-06, hasta el 6 de noviembre de 2005. En este análisis, esos últimos meses se van a tener en cuenta, aunque siempre teniendo presente que no se trata de una temporada completa puesto que no está conformada por 12 meses.

Este periodo estuvo marcado por tres hitos principales. El primero, con el que se inició esta cuarta etapa, fue la obtención de 1.000.000 de abonados por parte de *Canal Satélite Digital* (*Canal Satélite Digital Revista*, 2000c, pp. 6-7). Esto sucedió en el año 2000, y supuso que la plataforma casi alcanzase su punto de equilibrio (Beceiro, 2010, p. 140). Esto, a su vez, hizo que *Sogecable* centrase sus esfuerzos, casi exclusivamente, en la plataforma y, al mismo tiempo, descuidase aún más a *Canal Plus*.

El segundo hito relevante fue la fusión de *Canal Satélite Digital* y de *Vía Digital*, su competidora, en 2003 (*Digital Plus Revista*, 2003a, p. 1), dando lugar a una nueva



plataforma, *Digital Plus* (ABC, 2003). Este suceso fue especialmente importante y desencadenó dos tipos de comportamientos, aparentemente contradictorios, por parte de los gestores de la cadena.

Por una parte, la creación de *Digital Plus* relegó aún más a *Canal Plus* a un segundo plano, sobre todo en las temporadas iniciales del periodo: la prioridad era la nueva plataforma. Pero, en contraposición a esto, el análisis de la programación demuestra cómo resurgió el interés por revalorizar a *Canal Plus* durante la temporada 03-04, tras la creación de *Digital Plus*. Es decir, los esfuerzos se centraron en *Digital Plus* pero, a su vez, se intentó que *Canal Plus* España fuera una cadena valiosa para la oferta de la plataforma, lo que implicaba mejorar la oferta del canal y tratar, en parte, de reconvertirlo (*Digital Plus Revista*, 2004a, p. 10; Mundoplus.tv, 2004).

Por último, el tercer hecho importante de este periodo fue la propia desaparición de las emisiones analógicas de la cadena. En febrero de 2005 se solicitó al Gobierno que *Canal Plus* España emitiera íntegramente en abierto (*El País*, 2005a). No obstante, tras conseguir que dicha petición fuera aprobada, se optó por retransmitir el canal únicamente como parte de la plataforma *Digital Plus* y, en su frecuencia analógica, situar un nuevo canal: *Cuatro* (*Digital Plus Revista*, 2005b, p. 14, 2005a, p. 16).

Estos tres sucesos fueron hitos que marcaron el desarrollo de *Canal Plus* España en este cuarto periodo, al mismo tiempo que plasmaron los cambios que la cadena estaba experimentando. Todo lo cual se reflejó en una programación que recogió el proceso de decadencia del canal.

## **2.1. Ficción**

En este cuarto periodo se experimentó el más importante descenso de la oferta de ficción de la historia de la cadena. Los contenidos cinematográficos se vieron especialmente afectados por la reducción en la cantidad de estrenos programados. Mientras, las series de ficción experimentaron una disminución que afectó especialmente a las destinadas al público infantil. Esta tendencia mostraba el citado declive del canal y su camino a la desaparición.

### 2.1.1. *El cine: disminución de producciones recientes*

Tal y como se ha explicado anteriormente, la tercera etapa concluyó con una oferta de estrenos cinematográficos disminuida. Lejos de presentar un panorama diferente, en este cuarto periodo la tendencia a la baja se mantuvo, quedando patente que *Canal Plus* España ya no era una de las principales prioridades de *Sogecable*.

En el conjunto del cuarto periodo se emitieron un total de 1.680 estrenos cinematográficos, 57 de los cuales fueron en la incompleta temporada 05-06, un aparente incremento respecto a los 1.646 que se produjeron en la etapa anterior. No obstante, si se presta atención a los estrenos realizados en las cinco temporadas completas que conforman el periodo, un total de 1.623, para conocer el número de estrenos medios que se produjeron en el periodo, el panorama cambia. En este cuarto periodo se emitieron una media de 324 estrenos, un notable descenso frente a los 411 que se produjeron en la etapa anterior.

Además, hay que tener en cuenta que parte de esos 1.680 estrenos cinematográficos no fueron estrenos reales, puesto que se trataban de películas que fueron estrenadas previamente por la cadena. Este suceso ya se produjo en la etapa anterior y, en esta, se intensificó considerablemente.

Solo en lo que se refiere a los estrenos emitidos a las 22:00h, la cadena programó 23 películas previamente estrenadas en la temporada 00-01, 35 en la 01-02, 20 en la 02-03, 28 en la 03-04 y 11 en la 04-05. Este hecho, junto con la programación de 336 estrenos cinematográficos de media cada temporada, convirtieron a este periodo en el que contó con menor número de estrenos cinematográficos.

Atendiendo a la tabla 20 se puede observar el desglose de todos ellos, por hora y temporada, a lo largo de este cuarto periodo. Al analizar más detalladamente los datos reflejados en dicha tabla, se pueden observar cuatro cuestiones especialmente relevantes.

**Tabla 20: Emisión de estrenos cinematográficos por horas (2000-2006)**

| <b>Temporada</b> | <b>Emisión 22:00h</b> | <b>Otras horas</b> | <b>Estrenos totales</b> |
|------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>00-01</b>     | 234                   | 84                 | 318                     |
| <b>01-02</b>     | 252                   | 73                 | 325                     |
| <b>02-03</b>     | 239                   | 79                 | 318                     |

|                         |       |     |       |
|-------------------------|-------|-----|-------|
| <b>03-04</b>            | 234   | 88  | 322   |
| <b>04-05</b>            | 238   | 102 | 340   |
| <b>05-06</b>            | 36    | 21  | 57    |
| <b>Estrenos totales</b> | 1.233 | 447 | 1.680 |

**Fuente: Elaboración propia**

En primer lugar, en comparación con las etapas anteriores, este cuarto periodo contó con un menor número de estrenos a las 22:00h. Este hecho suponía la continuidad de la tendencia iniciada en la temporada 99-00, en la cual se estrenaron 262 películas a las 22:00h.

Resulta especialmente relevante este descenso dado que, desde el inicio, el estreno cinematográfico de *prime time* contó con una consideración especial por parte de la cadena. Por lo tanto, esta variación refleja una cierta falta de interés de preservar ese elemento tan importante para la cadena. Una cuestión causada, entre otros factores, por la creciente importancia de la plataforma, la cual contaba con una mayor oferta cinematográfica.

En segundo lugar, es pertinente prestar atención a los estrenos de la temporada 02-03. Esta temporada rompió con el ligero crecimiento en el número de estrenos que se había producido entre la temporada 00-01 y la 01-02. No se trató de una ruptura brusca, no hubo tanta diferencia entre la temporada 02-03 y la 01-02, sin embargo, resulta pertinente destacarla puesto que esta se produjo, entre otras cosas, por la creación de *La semana + Plus*.

*La semana + Plus* fue una idea creada en septiembre de 2002, consistente en concentrar los mejores estrenos del mes en una única semana (*Digital Plus Revista*, 2002a, p. 9). Esta propuesta, que duró solo una temporada, llevó a la cadena a emitir un menor número de estrenos al centrar los esfuerzos programáticos cinematográficos en una sola semana al mes. Además, todo esto sucedió durante la última temporada antes de la fusión entre las dos plataformas de televisión digital.

En tercer lugar, es necesario resaltar, de nuevo, un hecho que ya se ha mencionado anteriormente: la duración de la temporada 05-06. Esta temporada tuvo una duración de dos meses y seis días, por lo que presenta un número de estrenos total inferior al de las

otras temporadas.

Por último, es preciso prestar atención al número de estrenos cinematográficos ocurridos fuera de las 22:00h. Esta cuarta etapa presenta, en general, la cantidad más baja de estrenos fuera de ese horario. Esto se debe a que, tal y como se ha comentado, las secciones cinematográficas para minorías habían tendido a integrarse con el resto de la oferta y, por lo tanto, a retransmitirse a las 22:00h.

De esta forma, progresivamente se llegó a esta última etapa en la cual los otros estrenos estuvieron conformados, mayoritariamente, por películas pornográficas, la única sección cinematográfica que sufrió pocas alteraciones a lo largo de los diversos periodos. En esta cuarta etapa la cadena retransmitió un total de 262 película pornográficas (Tabla 21): 51 en la temporada 00-01, 50 en la 01-02, 51 en la 02-03, 50 en la 03-04, 50 en la 04-05 y 10 en la 05-06.

**Tabla 21: Muestra de 5 películas pornográficas (2000-2006)**

| <b>Título español</b>                       | <b>Título original</b>                      | <b>Director</b>      | <b>Año</b> |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------|------------|
| <i>Alpine sex</i>                           | <i>Private Xtreme 4: Alpine Sex</i>         | Jean-Yves Le Castel  | 2002       |
| <i>Crazy bullets</i>                        | <i>Crazy Bullets</i>                        | Narcis Bosch         | 2003       |
| <i>Doom Fighter: Viaje al mundo de Zolt</i> | <i>Doom Fighter 1: Trip to Zolt's World</i> | Gianfranco Romagnoli | 2000       |
| <i>Eternal love</i>                         | <i>Eternal love</i>                         | Kovi Istvan          | 2001       |
| <i>Historia de un perverso</i>              | <i>Free Sex</i>                             | Kris Kramski         | 2000       |

**Fuente: Elaboración propia**

No obstante, también es necesario destacar que dentro la escasez de estrenos cinematográficos fuera de las 22:00h, la temporada 04-05 supone una excepción. Dicha temporada presentó un aislado repunte en este tipo de emisiones en comparación con el resto de temporadas del periodo. Esto se debió al, anteriormente mencionado, renovado interés por continuar haciendo exitoso a *Canal Plus España*, surgido un año después de la creación de *Digital Plus* (*Digital Plus Revista*, 2004b, p. 5).

**Tabla 22: Muestra de 25 películas de producción estadounidense (2000-2006)**

| <b>Título español</b>                                     | <b>Título original</b>                                        | <b>Director</b>                   | <b>Año</b> |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| <i>21 gramos</i>                                          | <i>21 Grams</i>                                               | Alejandro G. Iñárritu             | 2003       |
| <i>Ali</i>                                                | <i>Ali</i>                                                    | Michael Mann                      | 2001       |
| <i>Como Dios</i>                                          | <i>Bruce Almighty</i>                                         | Tom Shadyac                       | 2003       |
| <i>Destino de caballero</i>                               | <i>A Knight's Tale</i>                                        | Brian Helgeland                   | 2001       |
| <i>Deuda de sangre</i>                                    | <i>Blood Work</i>                                             | Clint Eastwood                    | 2002       |
| <i>Ejecutivo agresivo</i>                                 | <i>Anger Management</i>                                       | Peter Segal                       | 2003       |
| <i>El bar Coyote</i>                                      | <i>Coyote Ugly</i>                                            | David McNally                     | 2000       |
| <i>El club de los emperadores</i>                         | <i>The Emperor's Club</i>                                     | Michael Hoffman                   | 2002       |
| <i>El planeta de los simios</i>                           | <i>Planet of the Apes</i>                                     | Tim Burton                        | 2001       |
| <i>Hulk</i>                                               | <i>Hulk</i>                                                   | Ang Lee                           | 2003       |
| <i>La flor del mal</i>                                    | <i>White Oleander</i>                                         | Peter Kosminsky                   | 2002       |
| <i>La habitación del pánico</i>                           | <i>Panic Room</i>                                             | David Fincher                     | 2002       |
| <i>La pasión de Cristo</i>                                | <i>The Passion of the Christ</i>                              | Mel Gibson                        | 2004       |
| <i>Las mujeres de verdad tienen curvas</i>                | <i>Real Women Have Curves</i>                                 | Patricia Cardoso                  | 2002       |
| <i>Las seductoras</i>                                     | <i>Heartbreakers</i>                                          | David Mirkin                      | 2001       |
| <i>Le divorce</i>                                         | <i>Le divorce</i>                                             | James Ivory                       | 2003       |
| <i>Matrix revolutions</i>                                 | <i>The Matrix Revolutions</i>                                 | Lana Wachowski<br>Lilly Wachowski | 2003       |
| <i>Paparazzi</i>                                          | <i>Paparazzi</i>                                              | Paul Abascal                      | 2004       |
| <i>Piratas del Caribe: La maldición de la Perla Negra</i> | <i>Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl</i> | Gore Verbinski                    | 2003       |
| <i>Spider-Man</i>                                         | <i>Spider-Man</i>                                             | Sam Raimi                         | 2002       |
| <i>Última llamada</i>                                     | <i>Phone Booth</i>                                            | Joel Schumacher                   | 2002       |
| <i>Una rubia muy legal</i>                                | <i>Legally Blonde</i>                                         | Robert Luketic                    | 2001       |
| <i>XXX</i>                                                | <i>XXX</i>                                                    | Rob Cohen                         | 2002       |
| <i>Y entonces llegó ella</i>                              | <i>Along Came Polly</i>                                       | John Hamburg                      | 2004       |
| <i>Yo soy Sam</i>                                         | <i>I Am Sam</i>                                               | Jessie Nelson                     | 2001       |

**Fuente: Elaboración propia**

Se puede hablar de una cierta continuidad en las películas estrenadas a las 22:00h en este periodo respecto a los años anteriores. De las 1.233 películas que se estrenaron a las

22:00h, 605 fueron producciones estadounidenses (Tabla 22), 132 españolas (

Tabla 23) y 494 fueron producciones de otros países o coproducciones en las que participaron Estados Unidos y España (Tabla 24). Las producciones estadounidenses continuaron siendo predominantes en el *prime time*, aunque se aprecia un ligero descenso con respecto a la etapa anterior.

**Tabla 23: Muestra de 25 películas de producción española (2000-2006)**

| <b>Título</b>                  | <b>Director</b>        | <b>Año</b> |
|--------------------------------|------------------------|------------|
| <i>800 balas</i>               | Álex de la Iglesia     | 2002       |
| <i>Atún y chocolate</i>        | Pablo Carbonell        | 2004       |
| <i>Besos para todos</i>        | Jaime Chávarri         | 2000       |
| <i>Carne de gallina</i>        | Javier Maqua           | 2001       |
| <i>Cascabel</i>                | Daniel Cebrián         | 2000       |
| <i>Clara y Elena</i>           | Manuel Iborra          | 2001       |
| <i>Cosa de brujas</i>          | José Miguel Juárez     | 2003       |
| <i>El 7º día</i>               | Carlos Saura           | 2004       |
| <i>El otro lado de la cama</i> | Emilio Martínez Lázaro | 2002       |
| <i>El palo</i>                 | Eva Lesmes             | 2001       |
| <i>El traje</i>                | Alberto Rodríguez      | 2002       |
| <i>En la ciudad</i>            | Cesc Gay               | 2003       |
| <i>Eres mi héroe</i>           | Antonio Cuadri         | 2003       |
| <i>Héctor</i>                  | Gracia Querejeta       | 2004       |
| <i>La mala educación</i>       | Pedro Almodóvar        | 2004       |
| <i>La vida de nadie</i>        | Eduard Cortés          | 2002       |
| <i>La vida mancha</i>          | Enrique Urbizu         | 2003       |
| <i>Noche de Reyes</i>          | Miguel Bardem          | 2001       |
| <i>Noviembre</i>               | Achero Mañas           | 2003       |
| <i>Planta 4º</i>               | Antonio Mercero        | 2003       |
| <i>Rencor</i>                  | Miguel Albaladejo      | 2002       |
| <i>Silencio roto</i>           | Montxo Armendáriz      | 2001       |
| <i>Sin vergüenza</i>           | Joaquín Oristrell      | 2001       |
| <i>Soldados de Salamina</i>    | David Trueba           | 2003       |
| <i>Te doy mis ojos</i>         | Icíar Bollaín          | 2003       |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 24: Muestra de 25 películas de coproducción (2000-2006)**

| <b>Título español</b>                     | <b>Título original</b>                         | <b>Director</b>    | <b>País/Países</b>                   | <b>Año</b> |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------|------------|
| <i>28 días después</i>                    | <i>28 Days Later...</i>                        | Danny Boyle        | Reino Unido                          | 2002       |
| <i>Amelie</i>                             | <i>Le fabuleux destin d'Amélie Poulain</i>     | Jean-Pierre Jeunet | Francia<br>Alemania                  | 2001       |
| <i>Anatomía</i>                           | <i>Anatomie</i>                                | Stefan Ruzowitzky  | Alemania                             | 2000       |
| <i>Antigua vida mía</i>                   | <i>Antigua vida mía</i>                        | Héctor Olivera     | Argentina<br>España                  | 2001       |
| <i>Astérix y Obélix: Misión Cleopatra</i> | <i>Astérix &amp; Obélix: Mission Cléopâtre</i> | Alain Chabat       | Francia<br>Alemania                  | 2002       |
| <i>Basic</i>                              | <i>Basic</i>                                   | John McTiernan     | Alemania<br>EE. UU.                  | 2003       |
| <i>Blow</i>                               | <i>Blow</i>                                    | Ted Demme          | EE. UU.<br>Méjico                    | 2001       |
| <i>Bossa nova</i>                         | <i>Bossa nova</i>                              | Bruno Barreto      | Brasil<br>EE. UU.                    | 2000       |
| <i>Charlotte Gray</i>                     | <i>Charlotte Gray</i>                          | Gillian Armstrong  | Reino Unido<br>Australia<br>Alemania | 2001       |
| <i>El cuarto ángel</i>                    | <i>The Fourth Angel</i>                        | John Irvin         | Reino Unido<br>Canadá                | 2001       |
| <i>El grito</i>                           | <i>The Grudge</i>                              | Takashi Shimizu    | EE. UU.<br>Japón                     | 2004       |
| <i>El mexicano</i>                        | <i>Once Upon a Time in Mexico</i>              | Robert Rodriguez   | EE. UU.<br>Méjico                    | 2003       |
| <i>Las cuatro plumas</i>                  | <i>The Four Feathers</i>                       | Shekhar Kapur      | Reino Unido<br>EE. UU.               | 2002       |
| <i>Las invasiones bárbaras</i>            | <i>Les invasions barbares</i>                  | Denys Arcand       | Canadá<br>Francia                    | 2003       |
| <i>Mar adentro</i>                        | <i>Mar adentro</i>                             | Alejandro Amenábar | España<br>Francia<br>Italia          | 2004       |
| <i>Mi mujer es una actriz</i>             | <i>Ma femme est une actrice</i>                | Yvan Attal         | Francia                              | 2001       |
| <i>Moulin Rouge</i>                       | <i>Moulin Rouge!</i>                           | Baz Luhrmann       | Australia<br>EE. UU.                 | 2001       |

|                          |                          |                                |                                       |      |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|------|
| <i>Mulholland Drive</i>  | <i>Mulholland Dr.</i>    | David Lynch                    | Francia<br>EE. UU.                    | 2001 |
| <i>Nowhere</i>           | <i>Nowhere</i>           | Luis Sepúlveda                 | Italia<br>España<br>Argentina         | 2002 |
| <i>Otilia</i>            | <i>Otilia Rauda</i>      | Dana Rotberg                   | Méjico                                | 2001 |
| <i>Rosa la china</i>     | <i>Rosa la china</i>     | Valeria Sarmiento              | Cuba<br>España<br>Francia<br>Portugal | 2002 |
| <i>Salir del armario</i> | <i>Le placard</i>        | Francis Veber                  | Francia                               | 2001 |
| <i>Shrek</i>             | <i>Shrek</i>             | Andrew Adamson<br>Vicky Jenson | EE. UU.<br>Japón                      | 2001 |
| <i>Vidocq: El mito</i>   | <i>Vidocq</i>            | Pitof                          | Francia                               | 2001 |
| <i>Y tu mamá también</i> | <i>Y tu mamá también</i> | Alfonso Cuarón                 | Méjico                                | 2001 |

**Fuente: Elaboración propia**

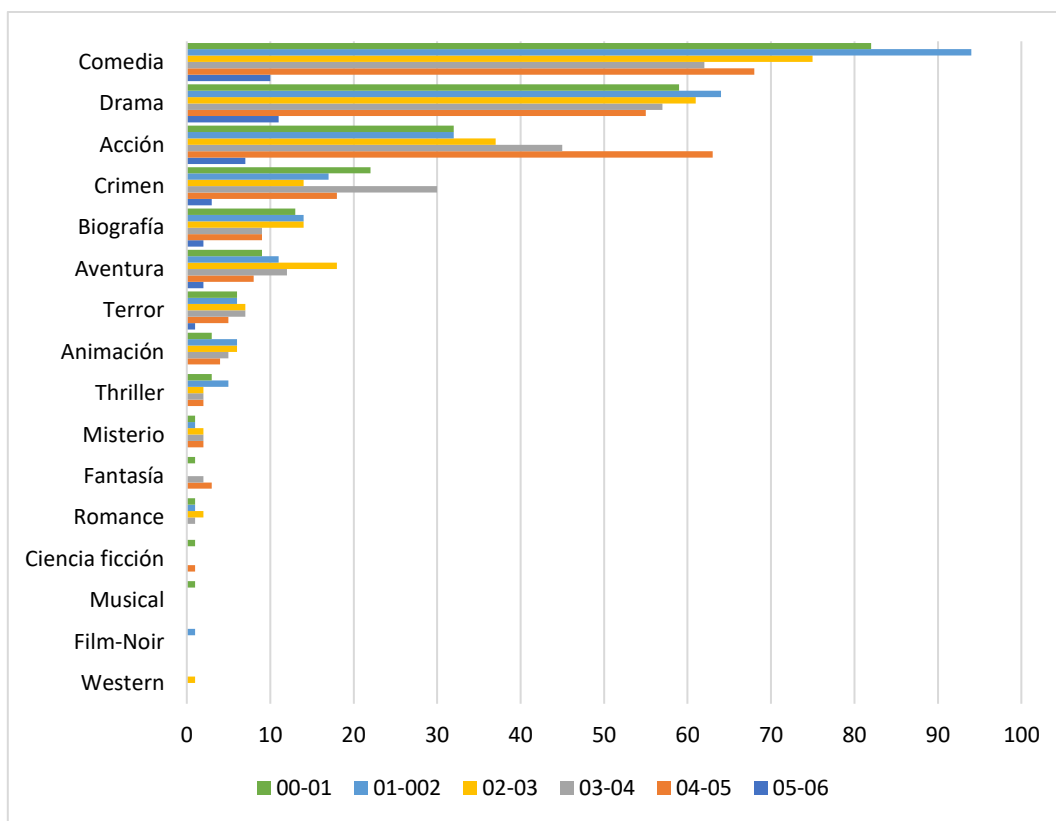
Como se observa en el gráfico 3, los géneros cinematográficos predominantes en esta etapa siguieron siendo la comedia, el drama y la acción. Si bien es cierto que, en comparación con el periodo anterior, en este fue la comedia, y no el drama, el que dominó en los estrenos de *prime time*. También cabe resaltar la desaparición del género histórico, y la incorporación de los géneros musical y *film-noir*.

Al igual que con los géneros de las películas, también se mantuvo la continuidad con respecto al año de producción de las películas programadas a las 22:00h. En su mayoría se trataba de producciones recientes, aunque eso no impidió que existiese una considerable variedad a este respecto, tal y como ocurrió en la etapa anterior (Gráfico 4).

En general, se puede hablar de una cuarta etapa en la que se continuó en la dirección establecida al final del tercer periodo, y donde los estrenos fueron considerablemente menores, en comparación con el resto de los años. Aunque, hacia el final del periodo, temporada 04-05, hubo indicios de un intento de vuelta a la situación existente en etapas anteriores.

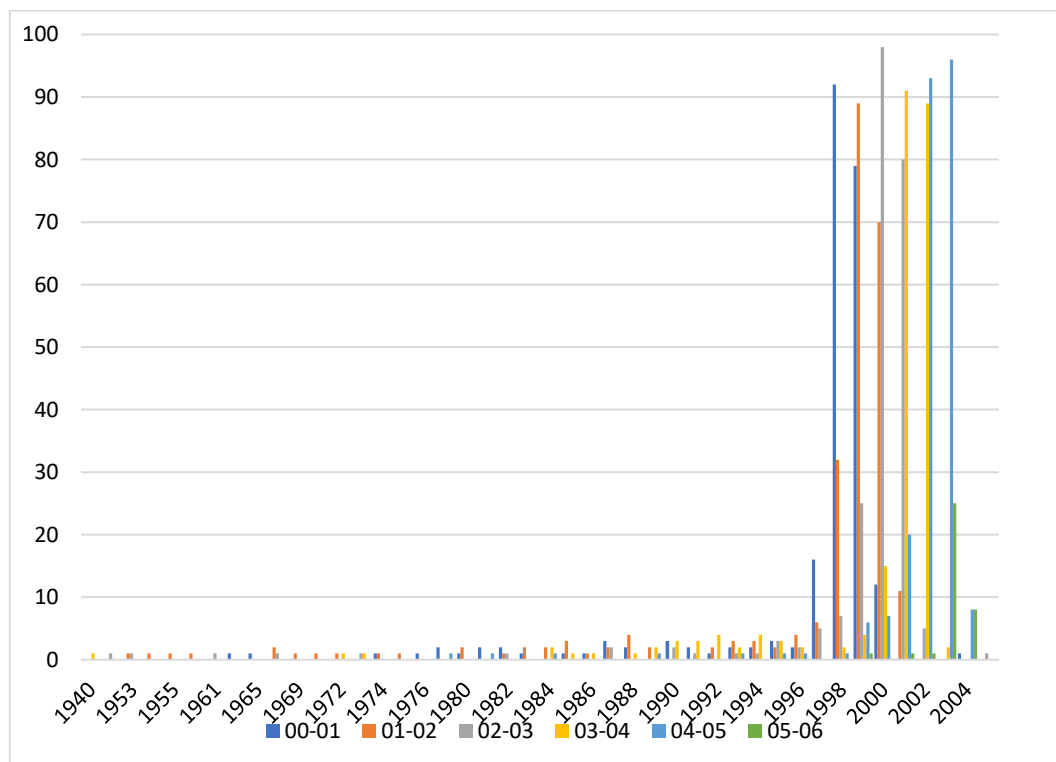


**Gráfico 3: Géneros películas de estreno emitidas a las 22:00h (2000-2006)**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 4: Años de producción películas de estreno emitidas a las 22:00h (2000-2006)**



Fuente: Elaboración propia

Esto fue resultado del interés por la plataforma por mantener la calidad del canal para que este pudiese ser un elemento importante dentro de la plataforma. En ese momento, ya no se trataba de atraer nuevos suscriptores a la plataforma, sino de preparar a *Canal Plus España* para la integración plena en *Digital Plus*.

### **2.1.2. Los cortometrajes y las series de ficción: el predominio de las series de ficción para todos los públicos**

A pesar de los diferentes cambios que se produjeron durante esta cuarta etapa, los cortometrajes mantuvieron su presencia hasta el final. Al igual que en los periodos anteriores, la mayoría de estos contenidos se emitieron dentro del espacio *Piezas*, que continuó siendo un programa de horario incierto e indeterminado. Junto a él se emitió el espacio *La noche + corta*, heredado del periodo anterior, durante la temporada 00-01.

La novedad en esta cuarta etapa fue la creación de un espacio periódico y específico para la retransmisión de cortometrajes españoles: *Corto español*. Este espacio, creado en la temporada 01-02 y vigente hasta la 04-05, suponía una cita semanal con el cortometraje español tras la emisión de una película española a las 22:00h. De esta forma se daba visibilidad a incipientes directores nacionales a través de sus primeros trabajos como, por ejemplo, Gaizka Urresti y su cortometraje *Raíz* (2003), su segundo trabajo como director.

En lo que respecta a las series de ficción, estas experimentaron una gran disminución de la oferta. En esta cuarta etapa se emitieron un total de 62 series, de las cuales, 33 fueron para todos los públicos (Tabla 25) y 29 infantiles (

Tabla 26).

**Tabla 25: Muestra de 20 series para todos los públicos (2000-2006)**

| <b>Título español</b>      | <b>Título original</b>          | <b>País/Países</b> | <b>Años</b> |
|----------------------------|---------------------------------|--------------------|-------------|
| <i>Buffy, cazavampiros</i> | <i>Buffy the Vampire Slayer</i> | EE. UU.            | 1997-2003   |
| <i>Dame un respiro</i>     | <i>Just Shoot Me!</i>           | EE. UU.            | 1997-2003   |
| <i>De repente Susan</i>    | <i>Suddenly Susan</i>           | EE. UU.            | 1996-2000   |
| <i>El gafe</i>             | <i>Cursed</i>                   | EE. UU.            | 2000-2001   |
| <i>El guardián</i>         | <i>The Guardian</i>             | EE. UU.            | 2001-2004   |
| <i>Frasier</i>             | <i>Frasier</i>                  | EE. UU.            | 1993-2004   |
| <i>Friends</i>             | <i>Friends</i>                  | EE. UU.            | 1994-2004   |

|                                                |                                                         |                   |           |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|-----------|
| <i>Gritos en la noche</i>                      | <i>Night Visions</i>                                    | Canadá<br>EE. UU. | 2001-2002 |
| <i>Hospital Kingdom</i>                        | <i>Kingdom Hospital</i>                                 | Canadá<br>EE. UU. | 2004      |
| <i>Joan de Arcadia</i>                         | <i>Joan of Arcadia</i>                                  | EE. UU.           | 2003-2005 |
| <i>La cruda realidad</i>                       | <i>The Naked Truth</i>                                  | EE. UU.           | 1995-1998 |
| <i>Lois y Clark: las aventuras de Superman</i> | <i>Lois &amp; Clark: The New Adventures of Superman</i> | EE. UU.           | 1993-1997 |
| <i>Los Soprano</i>                             | <i>The Sopranos</i>                                     | EE. UU.           | 1999-2007 |
| <i>Mission Hill</i>                            | <i>Mission Hill</i>                                     | EE. UU.           | 1999-2002 |
| <i>Murphy Brown</i>                            | <i>Murphy Brown</i>                                     | EE. UU.           | 1988-2018 |
| <i>Oh Baby</i>                                 | <i>Oh Baby</i>                                          | EE. UU.           | 1998-2000 |
| <i>Scrubs</i>                                  | <i>Scrubs</i>                                           | EE. UU.           | 2001-2010 |
| <i>Seinfeld</i>                                | <i>Seinfeld</i>                                         | EE. UU.           | 1989-1998 |
| <i>Sexo en Nueva York</i>                      | <i>Sex and the City</i>                                 | EE. UU.           | 1998-2004 |
| <i>Smallville</i>                              | <i>Smallville</i>                                       | EE. UU.<br>Canadá | 2001-2011 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Muestra de 20 series infantiles (2000-2006)

| Título español              | Título original                        | País/Países                | Años      |
|-----------------------------|----------------------------------------|----------------------------|-----------|
| <i>¡Fenomenoide!</i>        | <i>Freakazoid!</i>                     | EE. UU.                    | 1995-1997 |
| <i>¡Histeria!</i>           | <i>Histeria!</i>                       | EE. UU.                    | 1998-2000 |
| <i>¡Mucha Lucha!</i>        | <i>¡Mucha Lucha!</i>                   | EE. UU.                    | 2002-2005 |
| <i>Baby blues</i>           | <i>Baby blues</i>                      | EE. UU.                    | 2000-2002 |
| <i>Batman del futuro</i>    | <i>Batman Beyond</i>                   | EE. UU.                    | 1999-2001 |
| <i>Duck Dodgers</i>         | <i>Duck Dodgers</i>                    | EE. UU.                    | 2003-2005 |
| <i>El proyecto Zeta</i>     | <i>The Zeta Project</i>                | EE. UU.                    | 2001-2003 |
| <i>Godzilla</i>             | <i>Godzilla: The Series</i>            | Japón<br>EE. UU.<br>Canadá | 1998-2001 |
| <i>Grandullón y Robotín</i> | <i>Big Guy and Rusty the Boy Robot</i> | EE. UU.<br>Canadá          | 1999-2001 |

|                                     |                                                |                   |           |
|-------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------|-----------|
| <i>Johnny Bravo</i>                 | <i>Johnny Bravo</i>                            | EE. UU.           | 1997-2004 |
| <i>Jumanji</i>                      | <i>Jumanji</i>                                 | EE. UU.<br>Canadá | 1996-1999 |
| <i>Kenshin, el guerrero samurai</i> | <i>Rurôni Kenshin - Meiji kenkaku romantân</i> | Japón             | 1996-1999 |
| <i>La liga de la justicia</i>       | <i>Justice League</i>                          | EE. UU.           | 2001-2004 |
| <i>Los pequeñecos</i>               | <i>Muppet Babies</i>                           | EE. UU.           | 1984-1991 |
| <i>Men in Black</i>                 | <i>Men in Black: The Series</i>                | EE. UU.<br>Canadá | 1997-2001 |
| <i>Miguel Strogoff</i>              | <i>Michel Strogoff</i>                         | Francia           | 1997      |
| <i>Ozzy &amp; Drix</i>              | <i>Ozzy &amp; Drix</i>                         | EE. UU.           | 2002-2003 |
| <i>Static Shock</i>                 | <i>Static Shock</i>                            | EE. UU.           | 2000-2004 |
| <i>Superman</i>                     | <i>Superman</i>                                | EE. UU.           | 1996-2000 |
| <i>X-Men</i>                        | <i>X-Men: Evolution</i>                        | EE. UU.<br>Canadá | 2000-2003 |

**Fuente:** Elaboración propia

Sobre estas últimas es necesario destacar dos cuestiones importantes. En primer lugar, este fue el único periodo de la historia de la cadena en el que la oferta de series infantiles se compuso, predominantemente, de series de producción estadounidense. Este notable cambio se vio impulsado por el uso promocional que se le estaba dando al canal, sirviendo para dar a conocer parte de los contenidos de los canales temáticos infantiles de la plataforma; los cuales eran principalmente estadounidenses.

En segundo término, esta fue la única etapa en el que la oferta de series infantiles no predominó dentro de la oferta total de series de ficción. A este respecto es necesario señalar que, durante todo este periodo, las series infantiles se retransmitieron, únicamente, dentro del espacio *Pim, Pam, Plus*, estrenado en la etapa anterior. Además, dicho espacio solo se emitía una vez al día, lo que suponía una considerable reducción de la presencia de las series infantiles en la parrilla. La excepción a esta situación se produjo en los últimos meses de existencia de la cadena; a partir de septiembre de 2005 el canal solo emitió una serie infantil, y lo hizo al margen de cualquier espacio.

Las series infantiles continuaron con la tendencia a la baja presentada en el periodo anterior, mientras que las otras series de ficción se mantuvieron relativamente homogéneas durante toda esta etapa (Tabla 27). Esta pauta se interrumpió de manera

especialmente llamativa en la temporada 03-04, tras la creación de *Digital Plus*. En ese momento, ambos tipos de series sufrieron un ligero repunte en su oferta, fruto de ese intento por revitalizar a *Canal Plus* España que se ha explicado anteriormente.

**Tabla 27: Tipo de serie emitida según temporada (2000-2006)**

| <b>Temporada</b>      | <b>Infantiles</b> | <b>Para todos los públicos</b> |
|-----------------------|-------------------|--------------------------------|
| <b>00-01</b>          | 13                | 14                             |
| <b>01-02</b>          | 9                 | 15                             |
| <b>02-03</b>          | 9                 | 15                             |
| <b>03-04</b>          | 11                | 18                             |
| <b>04-05</b>          | 7                 | 17                             |
| <b>05-06</b>          | 1                 | 7                              |
| <b>Series totales</b> | 29                | 33                             |

**Fuente: Elaboración propia**

## **2.2. Contenidos deportivos**

La cuarta etapa trajo consigo un importante y generalizado descenso de la oferta deportiva de la cadena. Tanto los contenidos futbolísticos como el resto de prácticas deportivas acusaron esta disminución, consecuencia directa del desarrollo de la nueva plataforma. En contraposición, los programas deportivos incrementaron en cantidad, a modo compensatorio por la disminución en la retransmisión de eventos. Los contenidos deportivos, a pesar del declive del canal, fueron una referencia firme hasta el final.

### **2.2.1. El fútbol: la *Champions League* como parte regular de la oferta**

Al igual que sucedió con la oferta cinematográfica, esta cuarta etapa prosiguió la tendencia descendente que se había iniciado en el periodo anterior. En el conjunto de esta cuarta etapa, la cadena retransmitió un total de 641 encuentros futbolísticos, 141 más que en la anterior.

No obstante, de esos 641, 605 se retransmitieron en las cinco temporadas completas que conforman el periodo. Partiendo de esa cifra, 605 encuentros, en la cuarta etapa se emitieron una media de 121 encuentros futbolísticos por temporada, 4 menos que en el tercer periodo. Concretamente en la temporada 00-01 se retransmitieron 119 encuentros, en la 01-02 fueron 119, en la 02-03 fueron 122, en la 03-04 fueron 106, en la 04-05 fueron 137 y en la 05-06 fueron 36.

Nuevamente, estos datos confirman el anteriormente mencionado patrón que se desarrolló en este cuarto periodo: se mantuvo la tendencia descendente de la oferta futbolística surgida a finales de la tercera etapa. Cabe señalar que, concretamente, el descenso de la oferta de la temporada 03-04 se vio influido por la creación del canal *Canal+ Deporte 1*, dedicado al fútbol (*Digital Plus Revista*, 2003b, p. 8).

Los datos reflejan que, en la temporada 04-05, tras la creación de *Digital Plus*, la oferta futbolística se incrementó fruto de, por un lado, el renovado interés que se generó por revitalizar a *Canal Plus España* (*Digital Plus Revista*, 2004c, p. 6). Y, por otro lado, de la reincorporación, de manera regular, de las retransmisiones de la liga inglesa de fútbol, un suceso que se extendió a la breve temporada 05-06. Las emisiones se realizaban semanalmente los domingos a las 17:00h. Este hecho se debió, a su vez, a la inclusión de la liga inglesa de fútbol dentro de la oferta de *Canal+ Deportes 1*, cadena que formaba parte de *Digital Plus* (Guzmán, 2003).

En el conjunto del periodo, la oferta estuvo compuesta por una retransmisión continuada de encuentros de la Champions League, y de la Primera y Segunda División de la Liga española. Los encuentros de Segunda División mantuvieron su horario de emisión del periodo anterior, los domingos a las 12:00h. Por el contrario, las retransmisiones de Primera División sufrieron ciertas modificaciones; se seguían realizando los domingos, pero el horario fue cambiando durante las diferentes temporadas del periodo: 20:00h en la temporada 00-01, 20:30h en la 01-02, 21:00h en la 02-03 y 21:30h en el resto de la etapa.

Los partidos de la Champions League se retransmitían los martes o los miércoles, a las 20:45h; no se trataba de una emisión semanal, pero se realizaba con considerable regularidad. Cabe destacar que, a raíz de la incorporación de estos encuentros de forma regular, se produjo un ligero cambio en el espacio *Previo*. A partir de la temporada 02-

03, el *Previo* que introducía los encuentros de la Champions League pasó a denominarse *Noche de Champions en Canal+*, lo que permitía diferenciar esta competición de otras, al mismo tiempo que reafirmaba el hecho de que su presencia en la parrilla era permanente (*Digital Plus Revista*, 2002b, p. 49).

A todo esto, se añadieron, al igual que en las etapas anteriores, retransmisiones puntuales de otras 10 competiciones o ligas: Liga de Honor Juvenil, liga italiana, Trofeo Colombino, Trofeo Ciudad de Vigo, Trofeo Ciudad de Zaragoza, Liga sub-17, Liga sub-25, liga argentina, Trofeo Villa de Madrid y Copa del Rey juveniles.

A grandes rasgos se puede hablar de una cuarta etapa vertebrada, principalmente, en la Liga española de fútbol, al igual que en el periodo anterior. También cabe destacar que, en comparación con las etapas previas, existió una menor variedad en la oferta creada al margen de la Liga española.

### **2.2.2. La otra oferta deportiva: predominio del baloncesto y del golf**

En contraposición con el periodo anterior, esta cuarta etapa experimentó un considerable descenso tanto en la variedad de prácticas deportivas retransmitidas, como en la cantidad de encuentros emitidos. En total se retransmitieron eventos de hasta 15 disciplinas deportivas diferentes (Tabla 28), el fútbol sala fue la única incorporación. Cabe destacar que, en general, la oferta estuvo dominada por el baloncesto, el fútbol americano y el golf.

Estos recortes de la oferta se debieron a la ya mencionada tendencia, existente en este periodo, por la cual *Canal Plus* España fue perdiendo protagonismo. Esta situación fue agravada por la creación de los canales temáticos *Canal+ Deporte 2* y *Canal+ Deporte 3* en la temporada 03-04, que desencadenaron un considerable descenso de la oferta en esa misma temporada (*Digital Plus Revista*, 2003b, p. 8).

**Tabla 28: Número de emisiones por cada disciplina deportiva según temporada**

| <b>Deporte</b>       | <b>T. 00-01</b> | <b>T. 01-02</b> | <b>T. 02-03</b> | <b>T. 03-04</b> | <b>T. 04-05</b> | <b>T. 05-06</b> |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Atletismo</b>     | 8               | 0               | 0               | 0               | 0               | 0               |
| <b>Automovilismo</b> | 6               | 1               | 0               | 0               | 0               | 0               |

|                         |     |     |     |    |    |   |
|-------------------------|-----|-----|-----|----|----|---|
| <b>Baloncesto</b>       | 128 | 128 | 121 | 11 | 37 | 3 |
| <b>Boxeo</b>            | 10  | 10  | 6   | 6  | 4  | 0 |
| <b>Fútbol 7</b>         | 6   | 6   | 7   | 2  | 8  | 0 |
| <b>Fútbol americano</b> | 55  | 57  | 44  | 2  | 1  | 0 |
| <b>Fútbol playa</b>     | 5   | 0   | 1   | 1  | 0  | 0 |
| <b>Fútbol sala</b>      | 0   | 0   | 0   | 1  | 0  | 0 |
| <b>Golf</b>             | 22  | 29  | 20  | 31 | 25 | 5 |
| <b>Hípica</b>           | 3   | 2   | 2   | 2  | 2  | 0 |
| <b>Rugby</b>            | 5   | 11  | 7   | 0  | 0  | 0 |
| <b>Supercross</b>       | 1   | 0   | 0   | 0  | 0  | 0 |
| <b>Tenis</b>            | 17  | 1   | 4   | 2  | 2  | 0 |
| <b>Trial indoor</b>     | 7   | 1   | 1   | 0  | 0  | 0 |
| <b>Vóley playa</b>      | 1   | 0   | 0   | 0  | 0  | 0 |

Fuente: Elaboración propia

### 2.2.3. Los programas deportivos: el complemento de los eventos deportivos

En lo que respecta a los programas deportivos, esta cuarta etapa se caracterizó por constantes cambios materializados, principalmente, en forma de la introducción y retirada continua de programas deportivos. En el conjunto del periodo se emitieron hasta 14 espacios diferentes, la mayor oferta hasta el momento: *ACB+* (2001-2002), *Birdie* (1994-2005), *Contrarreloj* (1995-2005), *Deporte 100x100* (2004-2005), *El día antes* (1998-2005), *El día después* (1990-2005), *El día del fútbol* (2005), *El tercer tiempo* (1990-2005), *El tercer tiempo europeo* (2000-2004), *Fútbol mundial* (1996-2005), *Más deporte* (1995-2005), *Generación+* (1999-2001), *NBA en acción* (1995-2005) y *Transworld sport* (1990-2005).

De estos 14 programas, solo nueve estuvieron presentes en todas las temporadas del periodo: *Birdie*, *El día antes*, *El día después*, *El tercer tiempo*, *Fútbol mundial*, *Más deporte*, *NBA en acción* y *Transworld sport*. Todos ellos eran espacios heredados de la



etapa anterior y que, al igual que en periodos anteriores, sufrieron, en algunos casos, ciertas modificaciones de horarios.

De entre los cambios que se produjeron, cabe resaltar el experimentado por el programa *El tercer tiempo*. Este espacio, presente en la parrilla de la cadena desde la primera temporada en emisión codificada, pasó a emitirse en abierto en enero de 2004. Esta modificación, realizada para atraer audiencia a la cadena, hacía que el programa tuviera que competir con otras cadenas por los espectadores debido a la existencia de espacios similares (Nogales, 2004).

De los seis programas restantes, dos también fueron heredados de la etapa anterior: *Contrarreloj* y *Generación+*. *Contrarreloj* estuvo presente en tres temporadas: 00-01, 04-05 y 05-06. Por su parte, *Generación+* solo se emitió en la temporada 00-01.

El resto de programas fueron nuevas incorporaciones que se utilizaron para tratar de compensar la reducción que se produjo en la retransmisión de eventos deportivos. Al mismo tiempo, estos espacios también sirvieron para promocionar la oferta deportiva existente en la plataforma televisiva.

Todos ellos eran programas resumen que presentaban una mayor especialización del contenido deportivo de la que se había ofertado hasta el momento. Por ejemplo, *El tercer tiempo europeo* se centraba en resumir la jornada futbolística europea, concretamente, los sucesos acontecidos en la Champions League (*Digital Plus Revista*, 2000a, p. 8).

Se emitieron, de media, 10 espacios deportivos en cada una de las temporadas del periodo, a excepción de las temporadas 02-03 y 05-06. En la tabla 29 se puede ver un claro resumen del periodo.

**Tabla 29: Resumen de los programas deportivos emitidos (2000-2006)**

| PROGRAMAS DEPORTIVOS            |           |          |            |           |
|---------------------------------|-----------|----------|------------|-----------|
| Nombre                          | Días      | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Birdie</i>                   | J-S       | 30'      | Abierto    | 00-01     |
| <i>Contrarreloj</i>             | L-M-X-J-V | 25'      | Abierto    |           |
| <i>El día antes</i>             | S         | 55'      | Abierto    |           |
| <i>El día después</i>           | L         | 85'      | Abierto    |           |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 120'     | Codificado |           |
| <i>El tercer tiempo europeo</i> | X-J       | 50'      | Codificado |           |
| <i>Fútbol mundial</i>           | L-V-D     | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Generación+</i>              | M-X       | 60'      | Abierto    |           |

|                                 |           |          |            |       |
|---------------------------------|-----------|----------|------------|-------|
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 55'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | J-V       | 25'      | Abierto    |       |
| <i>Transworld sport</i>         | L-J       | 60'      | Abierto    |       |
| <i>ACB+</i>                     | L-M       | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Birdie</i>                   | V-S       | 30'      | Abierto    | 01-02 |
| <i>El día antes</i>             | S         | 60'      | Abierto    |       |
| <i>El día después</i>           | L         | 90'      | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 120'     | Codificado |       |
| <i>El tercer tiempo europeo</i> | X-J       | 50'      | Codificado |       |
| <i>Fútbol mundial</i>           | V-S-D     | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 55'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | S-D       | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Transworld sport</i>         | X-S       | 60'      | Abierto    |       |
| <i>Birdie</i>                   | J-S       | 30'      | Abierto    |       |
| <i>El día antes</i>             | S         | 60'      | Abierto    | 02-03 |
| <i>El día después</i>           | L         | 75'      | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 120'     | Codificado |       |
| <i>El tercer tiempo europeo</i> | X         | variable | Codificado |       |
| <i>Fútbol mundial</i>           | X-S       | 25       | Abierto    |       |
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 55'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | J-S       | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Transworld sport</i>         | X-S       | 60'      | Abierto    |       |
| <i>Birdie</i>                   | V-D       | 30'      | Mixto      |       |
| <i>El día antes</i>             | S-D       | 60'      | Mixto      |       |
| <i>El día después</i>           | L         | 95'      | Abierto    | 03-04 |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 120'     | Mixto      |       |
| <i>El tercer tiempo europeo</i> | X         | variable | Codificado |       |
| <i>Fútbol mundial</i>           | V-D       | 25'      | Abierto    |       |
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 25'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | V-S       | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Transworld sport</i>         | J-S       | 60'      | Abierto    |       |
| <i>Birdie</i>                   | V         | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Contrarreloj</i>             | L-M-X-J-V | 30'      | Abierto    |       |
| <i>Deporte 100x100</i>          | S         | 25'      | Abierto    |       |
| <i>El día antes</i>             | S         | 60'      | Abierto    | 04-05 |
| <i>El día después</i>           | L         | 90'      | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 60'      | Codificado |       |
| <i>Fútbol mundial</i>           | V-D       | 30'      | Mixto      |       |
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 25'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | L-V       | 30'      | Mixto      |       |
| <i>Transworld sport</i>         | J-S       | 60'      | Mixto      |       |
| <i>Birdie</i>                   | V         | 30'      | Codificado |       |
| <i>Contrarreloj</i>             | L-M-X-J-V | 30'      | Abierto    |       |
| <i>El día antes</i>             | S         | 60'      | Abierto    |       |
| <i>El día del fútbol</i>        | D         | 120'     | Mixto      | 05-06 |
| <i>El día después</i>           | L         | 90'      | Abierto    |       |
| <i>El tercer tiempo</i>         | D         | 60'      | Codificado |       |
| <i>Fútbol mundial</i>           | L-D       | 30'      | Mixto      |       |
| <i>Más deporte</i>              | L-M-X-J-V | 25'      | Abierto    |       |
| <i>NBA en acción</i>            | S         | 30'      | Codificado |       |
| <i>Transworld sport</i>         | J-S       | 60'      | Mixto      |       |

Fuente: Elaboración propia

### 2.3. Contenidos taurinos

En contraste con la etapa anterior, este cuarto periodo presentó un importante crecimiento en lo que respecta a la oferta de sus contenidos taurinos. En conjunto, se retransmitieron un total de 61 eventos taurinos, 18 más de los emitidos en la etapa anterior.

Las primeras dos temporadas de este periodo, 00-01 y 01-02, supusieron una continuación de la etapa anterior. En ambos casos la oferta se compuso únicamente por las corridas escogidas para la autogenerada Feria de Canal+. Concretamente se retransmitieron ocho corridas en la temporada 00-01, y siete en la 01-02.

El panorama cambió radicalmente a partir de la temporada 02-03, con la reincorporación a la parrilla de la Feria de San Isidro. Con la intención de mejorar la oferta de *Canal Satélite Digital*, *Sogecable* consiguió los derechos de retransmisión de este evento y, a su vez, incluyó algunas de las corridas de la Feria en la parrilla de *Canal Plus* España:

Sogecable ha comprado los derechos en exclusiva para emitir por televisión la feria de San Isidro, según ha anunciado hoy la empresa. Las 22 corridas de toros y las tres de rejones, las tres novilladas y la corrida de la Asociación de la Prensa serán así emitidas todas por Canal Satélite Digital. Una parte de la fiesta se podrá ver también en Canal Plus. (*El País*, 2003)

Cabe destacar que, al mismo tiempo que este evento se retransmitió en *Canal Satélite Digital* y *Canal Plus* España, también lo hizo en *Vía Digital*, la plataforma de la competencia. *Sogecable* cedió los derechos de retransmisión a *Vía Digital* “como un avance de lo que pasará tras la fusión de las plataformas” (*El País*, 2003). Es decir, nuevamente *Canal Plus* España no era una prioridad.

Desde ese momento, hubo un incremento considerable en el número de corridas retransmitidas en la cadena. En la temporada 02-03 se emitieron 17, en la 03-04 fueron

18 y en la 04-05, 10. No todas las retransmisiones correspondieron a la Feria de San Isidro, también hubo otros eventos: una corrida de la Feria de Valdemorillo en la temporada 02-03, tres de la Feria de Pontevedra en la 03-04, 1 de la Feria de la Comunidad de Madrid en la 03-04, y cuatro de la Feria de Otoño en las temporadas 03-04 y 04-05 (dos corridas en cada temporada).

Mención aparte merece la temporada 05-06, la cual contó con una sola retransmisión de la Feria de Otoño. Esta situación se debió a que la cadena solo retransmitió en analógico los primeros meses de la temporada, durante los cuales no se celebraba la Feria de San Isidro.

Por último, es necesario mencionar que esta última etapa supuso el fin del programa taurino *El planeta de los toros* (1994-2002). El espacio se emitió solo en las temporadas 00-01 y 01-02, desapareciendo de la oferta de la cadena al mismo tiempo que se recuperaban los derechos de emisión de la Feria de San Isidro.

**Tabla 30: Resumen de los programas taurinos emitidos (2000-2006)**

| PROGRAMAS TAURINOS             |      |          |            |           |
|--------------------------------|------|----------|------------|-----------|
| Nombre                         | Días | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>El planeta de los toros</i> | J    | 60'      | Codificado | 00-01     |
| <i>El planeta de los toros</i> | J    | 60'      | Codificado | 01-02     |

**Fuente:** Elaboración propia

#### **2.4. Los otros contenidos de entretenimiento: contenidos musicales y miscelánea**

En lo que respecta al resto de contenidos de entretenimiento de la cadena en este periodo, se produjeron tanto incrementos como recortes de la oferta. Los contenidos musicales sufrieron, al igual que en el periodo anterior, incrementos en la cantidad de eventos retransmitidos, junto con una disminución en los programas musicales emitidos.

Por su parte, los contenidos miscelánea experimentaron un notable descenso en el número de eventos emitidos. Aunque, en contraposición, los espacios de humor no variaron y los programas magazines aumentaron en número. Esto último se debió a que se trataba de espacios que no contaban con canales temáticos dentro de la plataforma.

#### **2.4.1. Contenidos musicales: disminución de los programas musicales**

Al igual que en las anteriores etapas, se mantuvo la oferta de contenidos musicales a través de dos tipos de formatos: eventos y programas. En lo que se refiere a los eventos musicales, estos prosiguieron con la tendencia de crecimiento experimentada en la etapa anterior.

Frente a los 48 eventos retransmitidos en el tercer periodo, la cuarta etapa emitió, aproximadamente, 55, entre ellos el Concierto Premio Nobel de la Paz (29-12-2001) y el Concierto de María Callas (17-7-2002). Además de estos eventos, en esta cuarta etapa hubo numerosas actuaciones que se emitieron englobadas en los espacios *Concierto privado* y *Concierto básico*, este último introducido en el periodo anterior. Ambos programas ofrecían “actuaciones en un ambiente íntimo y en formato acústico pensadas para el disfrute de los abonados” (*Canal Plus*, 2009). También servían para promocionar la plataforma, al tiempo que eran espacios de fácil distribución en la parrilla al tratarse de eventos propios.

No obstante, los programas musicales experimentaron una gran disminución. En el conjunto de la etapa se emitieron un total de cinco programas diferentes, dos menos que en el periodo anterior. De ellos, tres fueron heredados de la etapa anterior (*Del 40 al 1* (1990-2005), *Los 40 principales* (1990-2005) y *Música noche* (1990-2002)) y dos fueron nuevas incorporaciones (*40 Latino* (2002-2005) y *La noche + clásica* (2002-2004)).

Los programas heredados sufrieron ciertos cambios en lo que respecta a su duración y horario de emisión. De entre ellos, caben destacar, especialmente, dos. En primer lugar, el espacio *Música noche* solo estuvo presente en la parrilla hasta la temporada 01-02. En la siguiente temporada, 02-03, surgió *La noche + clásica* para sustituirlo, aunque este último solo se emitió hasta la temporada 03-04, poniendo fin a la oferta de música clásica de *Canal Plus* España.

En segundo lugar, *Los 40 principales* experimentaron, a partir de la temporada 02-03, cambios en su emisión. Para empezar, el espacio dejó de emitirse dos veces al día para hacerlo solo una, a las 13:30h. Al mismo tiempo, el programa dobló su duración a 60 minutos.

Finalmente, es pertinente hablar sobre la otra nueva incorporación a la oferta programática musical: *40 Latino*. Este programa se originó en julio de 2002 como

plataforma promocional del canal *40 Latino*, creado en enero de 2001 dentro de *Canal Satélite Digital*. Su oferta se centraba, por lo tanto, en la actualidad musical en español, tanto la española como la latinoamericana (*Mundoplus.tv*, 2011).

El espacio estuvo en activo hasta la temporada 04-05, dicha temporada incluida, y se emitía los domingos de 12:30h a 13:30h. Curiosamente, este fue un programa estacional, es decir, *40 Latino* solo se emitía durante los meses de julio y agosto, posiblemente por ser los que cuentan con menos eventos deportivos y, a su vez, tienen más posibilidades de contar con un público predominantemente joven debido a las vacaciones de verano.

Al final del periodo, en la temporada 05-06, el canal solo contó con dos programas musicales: *Del 40 al 1* y *Los 40 principales*. Ambos se emitían con regularidad, transmitiendo sensación de normalidad al espectador, que podía contar con ellos de forma periódica.

**Tabla 31: Resumen de los programas musicales emitidos (2000-2006)**

| PROGRAMAS MUSICALES       |           |          |            |           |
|---------------------------|-----------|----------|------------|-----------|
| Nombre                    | Días      | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S-D       | 60'      | Abierto    | 00-01     |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>       | X         | variable | Codificado |           |
| <i>40 Latino</i>          | D         | 60'      | Abierto    | 01-02     |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S         | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Música noche</i>       | X         | variable | Abierto    |           |
| <i>40 Latino</i>          | D         | 60'      | Abierto    | 02-03     |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S         | 60'      | Abierto    |           |
| <i>La noche + clásica</i> | J         | 72'      | Codificado |           |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 30'/55'  | Abierto    |           |
| <i>40 Latino</i>          | D         | 60'      | Abierto    | 03-04     |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S         | 60'      | Mixto      |           |
| <i>La noche + clásica</i> | J         | 72'      | Codificado |           |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 60'      | Abierto    |           |
| <i>40 Latino</i>          | D         | 60'      | Abierto    | 04-05     |
| <i>Del 40 al 1</i>        | L-S-D     | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Del 40 al 1</i>        | S         | 60'      | Abierto    | 05-06     |
| <i>Los 40 principales</i> | L-M-X-J-V | 60'      | Abierto    |           |

Fuente: Elaboración propia

#### **2.4.2. Los contenidos miscelánea y otros programas de entretenimiento: surgimiento de múltiples magazines**

Los contenidos miscelánea de este cuarto periodo tendieron al inmovilismo y a la disminución. Es decir, la oferta de estos fue reduciéndose, pero, al mismo tiempo, no se produjeron una gran cantidad de modificaciones bruscas. Nuevamente, los contenidos miscelánea estuvieron compuestos, principalmente, por retransmisiones de eventos, programas magazines y diversos espacios de humor.

Las retransmisiones de eventos sufrieron un importante descenso en esta etapa. Se retransmitieron hasta seis eventos diferentes, sin contar las Campanadas de Año Nuevo ni el Discurso del Rey de Navidad, la mitad de los emitidos en el periodo anterior, destaca la conservación de los Premios Oscar y del Festival de Cine de San Sebastián.

En lo que respecta a los programas magazines, este cuarto periodo contó con seis: *Lo + Plus* (1990-2005), *+ Te vale* (2002-2005), *+ Te vale XXL* (2003-2005) y *Plan B* (2000-2001). *Lo + Plus* se mantuvo sin grandes cambios respecto a la etapa anterior durante las temporadas 00-01, 01-02, 02-03 y 03-04. Durante ese tiempo, se retomó la doble emisión diaria de lunes a viernes, de 9:10h a 10:00h de la mañana y de 15:30h a 16:30h de la tarde. El cambio de horario que puso al espacio en la franja de la sobremesa estuvo motivado por el interés de *Canal Plus* por competir con el resto de canales y poder ser una “alternativa a las sobremesas de las cadenas generalistas” (Gallo, 2000).

Sin embargo, con la llegada de su última temporada (04-05), el programa sufrió ciertas modificaciones. En primer lugar, la emisión cambió de horario: de lunes a jueves de 7:55h a 8:50h y de 15:30h a 16:30h, y los viernes de 7:55h a 8:50h. En segundo lugar se implementó un “nuevo decorado, nueva cabecera, sintonía y elementos gráficos” (*Digital Plus Revista*, 2004a, p. 10). Por último, se incorporaron nuevos presentadores: Manu Carreño, Ana García Sñeriz y Javier Coronas (*Digital Plus Revista*, 2004a, p. 10).

*+ Te vale* fue un magacín de unos 15 a 30 minutos de duración, centrado en repasar la actualidad tecnológica diaria partiendo de una base humorística. El espacio, conducido por el colaborador de *Lo + Plus* Javier Coronas, se estrenó en junio de 2002 y estuvo en antena hasta finales de la temporada 04-05. En general, solía emitirse de lunes a viernes, de 13:00h a 13:30h y de 20:00h a 20:30h, los sábados de 13:30h a 14:00h. Aunque en la temporada 04-05 las emisiones se redujeron a tres días semanales, de miércoles a viernes,

de 20:00h a 20:30h.

**Figura 6: Javier Coronas presentando + *Te vale XXL* (2004)**



**Fuente: (Jorge JAG, 2013)**

+ *Te vale XXL* (Figura 6) fue una prolongación de + *Te vale* que surgió en octubre de 2003, lo que hizo que + *Te vale* recortase su duración a 15 minutos. De hecho, + *Te vale* fue creado para tantear la recepción de la audiencia a esta propuesta que, al ser positiva, alentó a la cadena a crear esta segunda versión más completa (Gallo, 2003).

Su horario de emisión fue variado, durante la temporada 03-04, los miércoles de 7:55h a 8:45h, y los sábados de 13:30h a 14:25h. En la temporada 04-05, se amplió a cuatro emisiones semanales, reduciendo las de + *Te vale*, lunes de 13:00h a 13:30h, miércoles de 7:05h a 7:55h, sábado de 13:30h a 14:25h y domingo de 8:00h a 8:56h.

El programa, al igual que + *Te vale*, se centraba en repasar la actualidad tecnológica diaria de forma humorística, pero disponiendo de 50 minutos para ello:

+ *te vale XXL* ofrecerá a los telespectadores un particular repaso de todo lo que sucede en el mundo, en la mirada imprevisible de su presentador, Javier Coronas a través de un formato en el que cabe prácticamente de todo... Aunque + *te vale* nació hace ya más de un año con la idea de chequear a diario la actualidad reflejada en las nuevas tecnologías, el programa parecía pedir un hermano mayor, más largo, más



grande. La talla *XXL* añadida supone mantener la filosofía del programa sumándole mucho humor, mucha locura y un insuflado de nuevos contenidos, así como una original relación con los espectadores, que se convierten en una pieza angular del programa. (*Diario Córdoba*, 2003)

*Plan B* fue un magacín de actualidad social centrado en “el mundo de la *jet-set*” (*Digital Plus Revista*, 2000b, p. 78). El espacio duraba 30 minutos y se emitía los sábados de 21:00h a 21:30h y los domingos de 8:15h a 8:45h. Se trató de un programa de corta vida puesto que se estrenó el 7 de octubre del 2000, y solo se mantuvo en emisión hasta el final de la temporada 00-01.

Por último, en lo que respecta a los espacios de humor en esta cuarta etapa, no se produjeron demasiados cambios en la oferta. Los contenidos humorísticos estuvieron conformados, principalmente por espacios heredados del periodo anterior: *Las noticias del guiñol* (López, 1996-2008), *La semana del guiñol* (López, 1997-2005) y *El club de la comedia* (1999-2005).

*Las noticias del guiñol* mantuvieron un horario similar al de la etapa anterior: de lunes a viernes, de 21:50h a 22:00h. *La semana del guiñol* presentó modificaciones horarias durante todo el periodo; en la temporada 00-01, martes de 8:20h a 8:45h y domingos de 14:00h a 14:30h; en la 01-02, la emisión del martes se cambió al lunes y se añadió otra los sábados de 21:00h a 21:30h; en la 02-03, se volvió a cambiar a martes de 8:15h a 8:40h, sábados de 22:00h a 22:30h y domingos de 19:30h a 20:00h; en la 03-04, las emisiones cambiaron a martes de 7:55h a 8:20h, sábado de 22:00h a 22:30h y domingo de 14:30h a 15:00h; en la temporada 04-05 se emitió los sábados de 22:00h a 22:30h y los domingos de 13:30h a 14:00h; y en la 05-06, sábados de 20:00h a 20:30h y domingos de 14:00h a 14:25h.

Por su parte, *El club de la comedia* se emitió, durante las temporadas 00-01 y 01-02, los domingos de 22:00h a 22:45h. En la temporada 02-03, tras unas semanas de constantes cambios, se estableció la emisión los jueves de 20:30h a 21:00h y los domingos de 23:00h a 23:45h. En su última temporada, 03-04, la retransmisión se realizó los jueves de 22:00h a 22:45h.

**Tabla 32: Resumen de los programas miscelánea y otros programas de entretenimiento emitidos (2000-2006)**

| PROGRAMAS MISCELÁNEA<br>Y<br>OTROS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO |             |          |            |           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|----------|------------|-----------|
| Nombre                                                          | Días        | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>El club de la comedia</i>                                    | D           | 45'      | Codificado | 00-01     |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | M-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-X-J-V   | 8'       | Abierto    |           |
| <i>Lo + plus</i>                                                | L-M-X-J-V   | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Plan B</i>                                                   | S-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | M-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale</i>                                                | L-M-X-J-V   | 20'      | Abierto    |           |
| <i>El club de la comedia</i>                                    | D           | 45'      | Codificado | 01-02     |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | L-S-D       | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-X-J-V   | 8'       | Abierto    |           |
| <i>Lo + plus</i>                                                | L-M-X-J-V   | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | L-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale</i>                                                | L-M-X-J-V-S | 60'      | Abierto    |           |
| <i>El club de la comedia</i>                                    | J-D         | 30'      | Mixto      | 02-03     |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | M-S-D       | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-X-J-V   | 8'       | Abierto    |           |
| <i>Lo + plus</i>                                                | L-M-X-J-V   | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | M-X-J-V-D   | 30'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale</i>                                                | L-M-X-J-V   | 15'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale XXL</i>                                            | X-S         | 55'      | Abierto    | 03-04     |
| <i>El club de la comedia</i>                                    | J           | 30'      | Codificado |           |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | M-S-D       | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-J-V     | 10'      | Abierto    |           |
| <i>Lo + plus</i>                                                | L-M-X-J-V   | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | L-M-X-J-V-D | 30'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale</i>                                                | X-J-V       | 30'      | Abierto    | 04-05     |
| <i>+ Te vale XXL</i>                                            | L-X-S-D     | 50'      | Mixto      |           |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | S-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-X-J-V   | 10'      | Abierto    |           |
| <i>Lo + plus</i>                                                | L-M-X-J-V   | 60'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | M-D         | 60'      | Abierto    |           |
| <i>+ Te vale XXL</i>                                            | L           | 50'      | Mixto      | 05-06     |
| <i>La semana del guiñol</i>                                     | S-D         | 30'      | Abierto    |           |
| <i>Las noticias del guiñol</i>                                  | L-M-X-J-V   | 10'      | Abierto    |           |
| <i>Zap... Zap... Zapping</i>                                    | L-M-X-J-V-S | 30'      | Abierto    |           |

Fuente: Elaboración propia

## 2.5. Más allá del entretenimiento: contenidos culturales e informativos

En este cuarto periodo se produjo, al igual que en el resto de géneros, un descenso

generalizado de la oferta de contenidos culturales e informativos. En el caso de los contenidos informativos, no se trató tanto de una disminución en sí, como de una falta de intención por tratar de recuperar la oferta preexistente a inicios del tercer periodo.

Por otro lado, en el caso de los contenidos culturales, dicha disminución se centró en los documentales, que eran los que contaban con canales temáticos en la plataforma. No obstante, cabe destacar que los programas culturales, principalmente magazines, fueron la excepción a esta situación. Estos experimentaron un incremento en forma de la introducción de nuevos espacios; nuevamente esto debió a que se trataba de espacios que no contaban con canales temáticos dentro de la plataforma.

### **2.5.1. *Contenidos culturales: disminución de la oferta documental***

Al igual que en las etapas anteriores, la oferta cultural de la cadena estuvo compuesta por tres tipos de contenidos (documentales, reportajes culturales y programas o magazines culturales), siendo los documentales los más importantes. En conjunto, en el cuarto periodo se estrenaron un total de 339 piezas documentales (Tabla 33), un considerable descenso en comparación con la etapa anterior en la que se estrenaron 387 documentales.

Si se presta atención a la distribución en número de estrenos de piezas documentales según la temporada del periodo se pueden observar dos cuestiones interesantes: 91 en la temporada 00-01, 60 en la 01-02, 49 en la 02-03, 56 en la 03-04, 64 en la 04-05 y 10 en la 05-06. En primer lugar, se produjo un gran e importante descenso en la oferta entre la temporada 00-01 y 01-02, el cual se debió, en parte, al estreno en *Canal Satélite Digital* del canal *National Geographic* en mayo del 2001 (*Digital Plus Revista*, 2001, p. 27).

En segundo lugar, se puede observar cómo el número de estrenos en cada temporada muestra similitudes con la oferta de contenidos cinematográficos y deportivos que se presentó en esta cuarta etapa. Es decir, durante las temporadas 00-01, 01-02 y 02-03, se produjo un descenso continuado de la oferta documental; sin embargo, a partir de la temporada 03-04, con la creación de *Digital Plus*, la oferta aumentó nuevamente.

**Tabla 33: Muestra de 10 documentales (2000-2006)**

| <b>Título español</b>                 | <b>Título original</b>                                | <b>Director</b>                         | <b>País/Países</b>            | <b>Año</b> |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------|------------|
| <i>Aupa, Pafadnam!</i>                | <i>Aupa, Pafadnam!</i>                                | Lluís Jené<br>Oriol Gispert             | España                        | 2002       |
| <i>Bowling for Columbine</i>          | <i>Bowling for Columbine</i>                          | Michael Moore                           | EE. UU.<br>Canadá<br>Alemania | 2002       |
| <i>Caballé, más allá de la música</i> | <i>Caballé, más allá de la música</i>                 | Antonio A. Farré                        | España                        | 2003       |
| <i>Caminantes</i>                     | <i>Caminantes</i>                                     | Fernando León                           | España                        | 2001       |
| <i>Capturing the Friedmans</i>        | <i>Capturing the Friedmans</i>                        | Andrew Jarecki                          | EE. UU.                       | 2003       |
| <i>Cine Dogma, El Decálogo</i>        | <i>The Name of This Film is Dogme95</i>               | Saul Metzstein                          | Reino Unido                   | 2000       |
| <i>El rock en el cine de los 70</i>   | <i>Hollywood Rocks the Movies: The 1970s</i>          | Patty Ivins Specht                      | EE. UU.                       | 2002       |
| <i>En busca de la niña afgana</i>     | <i>Search for the Afghan Girl</i>                     | Lawrence Cumbo                          | EE. UU.                       | 2003       |
| <i>Extranjeros de sí mismos</i>       | <i>Extranjeros de sí mismos</i>                       | José Luis López-Linares<br>Javier Rioyo | España                        | 2000       |
| <i>Hollywood y el holocausto</i>      | <i>Imaginary Witness: Hollywood and the Holocaust</i> | Daniel Anker                            | EE. UU.                       | 2004       |

**Fuente: Elaboración propia**

A todo ello hay que añadirle las series documentales que se emitieron y que contribuyeron a conformar la oferta documental del periodo. En esta cuarta etapa se retransmitieron 97 series documentales, 37 más que en el periodo anterior: 22 en la temporada 00-01, 21 en la 01-02, 16 en la 02-03, 17 en la 03-04, 16 en la 04-05 y 5 en la 05-06.

Por último, con respecto a los documentales, cabe señalar que, a pesar de todas las modificaciones experimentadas, se mantuvo la emisión de, como mínimo, un documental al mes a las 22:00h, hora del cine de estreno. Este solía ser una producción especialmente

relevante que contribuía a la promoción de los canales temáticos de documental existentes en la plataforma televisiva, por ejemplo, *Fahrenheit 9/11* (2004) de Michael Moore.

En lo que respecta a los reportajes culturales de esta cuarta etapa, no hubo grandes cambios con respecto al periodo anterior. Mayoritariamente estas piezas se emitieron al amparo del espacio *Cuadernos de rodaje*, aunque también se contó con los espacios *Así se hizo* y *Todo sobre*. Cabe destacar que se produjo un cierto incremento del aspecto promocional de estas piezas, lo cual quedó especialmente reflejado en la pieza emitida el 1 de octubre de 2005 *Así nace Cuatro*. Con ella la cadena quiso anunciar el nuevo canal *Cuatro*, el cual iba a sustituir a *Canal Plus* España en sus retransmisiones analógicas y en abierto.

Finalmente, en relación con los programas o magacines culturales, esta última etapa estuvo compuesta por cinco espacios diferentes: *Código cine* (2004-2005), *La hora Wiki* (2004-2005), *Magacine* (1996-2005), *Nuestro cine* (1998-2001), y *Wiki Express* (2005). De todos ellos, solo *Magacine* y *Nuestro cine* fueron heredados del periodo anterior, aunque sufrieron ciertas modificaciones.

*Nuestro cine*, que solo estuvo presente durante la primera temporada de esta etapa (00-01), continuó ofreciéndose en doble emisión tras la película de las 22:00h, en esta ocasión, los jueves y los viernes. Por su parte, el principal cambio que sufrió *Magacine*, y que fue desencadenante de otros, fue la unificación de sus dos partes en una sola. Como se ha explicado anteriormente, en la tercera etapa, cuando surgió el espacio, *Magacine* era un programa dividido en dos espacios: *Magacine: Toma 1* y *Magacine: Toma 2*. Sin embargo, en este periodo, dicha división desapareció y solo quedó el programa *Magacine*, un espacio de 60 minutos que estuvo presente hasta el fin del canal.

*Código cine* fue el otro magacín cinematográfico que se emitió en este periodo. El espacio, de unos 30 minutos de duración, se emitía semanalmente tras el estreno de las 22:00h; en la temporada 04-05 lo hizo los jueves, mientras que, en la 05-06, su emisión se trasladó a los lunes. El programa se centraba en informar y analizar sobre la actualidad de la cartelera cinematográfica y de la oferta de cine de algunos de los canales temáticos de *Digital Plus*:

Código Cine... parte de los títulos más interesantes de la cartelera y la programación

de Canal+, Canal+ Cine 3, Cinemanía y Cinemanía Clásico, cuenta con el apoyo de críticos, directores y otros profesionales, pero también aporta el punto de vista de otros colaboradores poco habituales del mundo del cine como científicos, psiquiatras o filósofos para analizar cada título. (*Digital Plus Revista*, 2004a, p. 10)

*La hora Wiki* fue un magacín cultural juvenil (*Mundoplus.tv*, 2004) en el que se realizaba “un recorrido por las tendencias más actuales y las nuevas formas de expresarse y relacionarse, como la música, la moda, el cine, los libros, los videojuegos, la televisión o la publicidad” (*Digital Plus Revista*, 2004a, p. 10). El espacio duraba 60 minutos y se emitía los lunes a las 13:00h y, de martes a viernes a las 13:00h y a las 20:00h. El programa solo estuvo en antena durante la temporada 04-05.

A modo complementario de este programa se creó, en enero del 2005, el espacio *Wiki Express*. Con una duración de 30 minutos, este ofrecía, todos los sábados a las 13:30, una recopilación semanal de *La hora Wiki*:

El programa ofrecerá lo más destacado de los contenidos de las secciones habituales de *La hora wiki*: las mejores bandas de música, las propuestas cinematográficas más novedosas, los videojuegos más entretenidos, las citas culturales más vanguardistas y las páginas de Internet más interesantes.... Y todo ello, como las buenas fragancias, ofrecido en un formato reducido, en un formato... express. (*Canal Plus*, 2005)

Cabe destacar que todas estas nuevas incorporaciones de magacines culturales (*Código cine*, *La hora Wiki* y *Wiki Express*) se produjeron en la temporada 04-05. Es decir, tras la creación de *Digital Plus*, cuando resurgió el interés por revitalizar *Canal Plus* España.

**Tabla 34: Resumen de los programas culturales emitidos (2000-2006)**

| PROGRAMAS CULTURALES |      |          |            |           |
|----------------------|------|----------|------------|-----------|
| Nombre               | Días | Duración | Emisión    | Temporada |
| <i>Magacine</i>      | X-S  | 60'      | Abierto    | 00-01     |
| <i>Nuestro cine</i>  | J-V  | 15'      | Codificado |           |
| <i>Magacine</i>      | S    | 65'      | Abierto    | 01-02     |
| <i>Magacine</i>      | L-D  | 55'      | Abierto    | 02-03     |

|                     |           |     |         |       |
|---------------------|-----------|-----|---------|-------|
| <i>Magacine</i>     | L-S       | 60' | Abierto | 03-04 |
| <i>Código cine</i>  | J         | 28' | Mixto   | 04-05 |
| <i>La hora Wiki</i> | L-M-X-J-V | 60' | Abierto |       |
| <i>Magacine</i>     | L-V       | 60' | Mixto   |       |
| <i>Código cine</i>  | L         | 28' | Abierto | 05-06 |
| <i>Magacine</i>     | L-V-S     | 30' | Abierto |       |
| <i>Wiki Express</i> | S         | 30' | Abierto |       |

Fuente: Elaboración propia

### 2.5.2. Contenidos informativos: solo noticias de la CNN

En términos generales, los contenidos informativos de esta cuarta etapa experimentaron una notable disminución que, en cierta forma, equiparó la oferta informativa de este periodo a la existente en la primera etapa. Al igual que en el tercer periodo, los contenidos informativos de esta etapa estuvieron conformados, principalmente, por noticiarios y reportajes. La escasa importancia de estos contenidos estuvo influenciada directamente por el peso de CNN+ como canal temático especializado en *Digital Plus*.

La oferta de noticiarios de esta época estuvo compuesta por un solo programa *CNN+ Noticias* (1999-2005). El espacio se emitía tres veces al día de lunes a viernes, dos los sábados, y una los domingos, a excepción de en la temporada 02-03, donde el domingo se emitió dos veces al día. Los horarios de emisión sufrieron ligeras variaciones a lo largo de las distintas temporadas, pero, en líneas generales, el horario fue: de lunes a viernes 7:55h-8:20h, 14:55h-15:00h y 21:30h-21:52h, los sábados 14:55h-15:00h y 21:30h-22:00h, y los domingos de 14:55h a 15:00h. Es necesario puntualizar que, en las tres últimas temporadas del periodo, la emisión de la mañana retrasó su inicio hasta casi las 9:00h.

En lo que respecta a los reportajes, se produjeron dos importantes cambios. En primer lugar, el espacio *Código+* cambió su denominación por *Reportajes Canal+* desde la temporada 00-01. En segundo lugar, desapareció la periodicidad de emisión del espacio *Reportajes Canal+*, por lo que la programación del reportaje se hizo irregular, al tiempo que ganaron presencia los reportajes emitidos fuera de este programa.

Por último, cabe mencionar que el programa *Epílogo* (1998-2020) continuó emitiéndose a lo largo de todo este cuarto periodo. Aunque, lógicamente, no se puede

hablar de una retransmisión periódica puesto que ese factor dependía del fallecimiento de los entrevistados.

**Tabla 35: Resumen de los programas informativos emitidos (2000-2006)**

| <b>PROGRAMAS INFORMATIVOS</b> |               |                 |                |                  |
|-------------------------------|---------------|-----------------|----------------|------------------|
| <b>Nombre</b>                 | <b>Días</b>   | <b>Duración</b> | <b>Emisión</b> | <b>Temporada</b> |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'/20'          | Abierto        | 00-01            |
| <i>Epílogo</i>                | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>Reportajes Canal+</i>      | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'              | Abierto        | 01-02            |
| <i>Epílogo</i>                | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>Reportajes Canal+</i>      | variable      | 55'             | Codificado     |                  |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'              | Abierto        | 02-03            |
| <i>Epílogo</i>                | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>Reportajes Canal+</i>      | variable      | 55'             | Codificado     |                  |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'              | Abierto        | 03-04            |
| <i>Epílogo</i>                | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>Reportajes Canal+</i>      | variable      | 55'             | Mixto          |                  |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'              | Abierto        | 04-05            |
| <i>Epílogo</i>                | variable      | 55'             | Abierto        |                  |
| <i>Reportajes Canal+</i>      | variable      | 55'             | Mixto          |                  |
| <i>CNN+ Noticias</i>          | L-M-X-J-V-S-D | 5'              | Abierto        | 05-06            |

**Fuente:** Elaboración propia



## Capítulo IV

### **La innovación en la propuesta programática de *Canal Plus*: análisis de casos de estudio**

En los tres capítulos anteriores se ha expuesto la evolución de *Canal Plus* España desde sus orígenes hasta el final de sus retransmisiones analógicas en 2005. Concretamente, el primer capítulo se ha centrado en la faceta empresarial de la cadena y, el segundo, se ha focalizado en explicar detalladamente cómo ese desarrollo empresarial se reflejó en la programación y contenidos del canal.

Por medio de ambos capítulos se ha plasmado la evolución de la cadena a lo largo de sus 15 primeros años de existencia, permitiendo identificar sus rasgos más importantes como, por ejemplo, la multidifusión cinematográfica. De entre todos esos rasgos destaca su carácter innovador, a nivel empresarial y programático, como elemento diferenciador esencial de *Canal Plus* España.

En este cuarto capítulo se ahonda precisamente en ese carácter innovador de la cadena a nivel programático, entendiendo por innovación la capacidad de un espacio para ser novedoso en su contenido, forma y/o realización (Ojer Goñi, 2008, p. 13). Para ello, se ha llevado a cabo un análisis de contenido cualitativo, en conjunción con un análisis del discurso, de tres programas cuidadosamente seleccionados: *El día después* (1990-2005), *Epílogo* (1998-2020) y *Lo + Plus* (1990-2005).

Todos ellos han sido escogidos en base a tres criterios principales. En primer lugar, son ejemplos paradigmáticos de la innovación programática de la cadena; fueron espacios

novedosos en el momento de su creación y se convirtieron en importantes referentes para *Canal Plus*. En segundo término, cada uno de ellos fue una producción propia de la cadena o, en su defecto, una producción realizada expresamente para el canal. Por último, cada uno representa una de las diferentes agrupaciones genéricas empleada en los capítulos anteriores (ficción, deporte, taurino, otros contenidos de entretenimiento y espacios de no entretenimiento).

A este respecto es necesario aclarar dos cuestiones. En primera instancia, en este capítulo se han descartado los espacios contenedores de ficción infantil, como *Más o menos multiplicado o dividido*, por tratarse de programas que, en gran medida, se componían de series de ficción adquiridas para su emisión por la cadena.

La segunda cuestión que es necesario explicar es la ausencia de un programa perteneciente a los contenidos taurinos. Como ya se ha explicado previamente, tanto las retransmisiones de las corridas taurinas como sus correspondientes programas temáticos, se diseñaron siguiendo los patrones que se habían creado para los contenidos futbolísticos. Por ello, se ha considerado más relevante analizar *El día después*, espacio deportivo futbolístico en el que se basaron para la creación de los programas taurinos.

De cada espacio seleccionado para analizar en este capítulo, se han visionado la cantidad suficiente de programas para poder seguir la evolución temporal de cada uno de ellos. En el caso de *El día después* se vieron emisiones correspondientes a los años 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 2000 y 2002; además, se han visionado fragmentos aleatorios del periodo 1990-2005 a través de vídeos homenaje realizados en 2020. En el caso de *Epílogo* se han utilizado retransmisiones de 2002, 2003, 2005, 2013 y 2020. Por último, en el caso de *Lo + Plus*, se han visto programas emitidos en 1992, 1996, 1997, 2000, 2001, 2003, 2004 y 2005, como se ha detallado en el apartado dedicado a la metodología.

El análisis de estos programas ha partido de una breve contextualización de cada uno de ellos. Mediante la cual se han establecido los rasgos generales de cada uno de los formatos y cómo eran este tipo de espacios, en España y Europa, antes de la creación de *Canal Plus* España. Posteriormente se ha realizado una ficha técnica de cada programa en la que se han recopilado datos como los galardones obtenidos o la productora que los creaba.

En este estudio concreto se han determinado cuatro elementos fundamentales de análisis: presentadores, estructura, contenido y estética. La sección de presentadores se

centra, como bien indica la palabra, en los conductores de los espacios, una pieza clave debido a la gran repercusión social que alcanzaron. En la estructura se analiza, partiendo de una escaleta, la forma en la que el contenido del programa era organizado dentro del mismo. El contenido analiza qué se emitía en cada espacio. Y, en la estética, se analiza la apariencia con la que el programa se presentaba ante el espectador. Todo ello permite, finalmente, extraer ciertos rasgos diferenciales y distintivos de la oferta programática de *Canal Plus*.

## **1. Los programas deportivos: el magacín deportivo *El día después* (1990 – 2005)**

Un magacín televisivo se define, en primera instancia, por ser un espacio “caracterizado por la diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques” (Gómez Martín, 2006, p. 1), donde se combinan “entrevistas, concursos, espectáculos, tertulias, información y secciones que propician la participación del público en el estudio y desde los hogares” (Arana Arrieta, 2011, p. 113).

En el caso concreto del magacín deportivo, la principal hibridación se produce entre programas informativos y retransmisiones deportivas; además, es un importante elemento de fidelización al complementar las mismas retransmisiones deportivas utilizadas para generar su contenido. Este tipo de programas “vive de la presencia en estudio y el reportaje es su eje fundamental. Pero, al mismo tiempo, no puede existir sin la referencia del acontecimiento noticioso, de la competición deportiva y del evento (... materia prima para los reportajes)” (Bonaut Iriarte, 2014, p. 95).

Bonaut (2018b, p. 169) diferencia entre dos tipos de magacines deportivos: los contenedores y los de resumen deportivo. Los primeros generan contenidos uniendo retransmisiones deportivas con otros recursos como las entrevistas: “Los programas contenedores... enlazan varias de ellas [retransmisiones deportivas]... a través de un presentador de estudio. Los contenidos entremezclan debates y entrevistas en directo con reportajes y resúmenes en diferido de diferentes disciplinas deportivas” (Bonaut Iriarte, 2018b, p. 169). Los programas resúmenes generan contenidos basados en sucesos destacados de los encuentros deportivos previamente disputados: “son programas de

‘mejores momentos’ que permiten el análisis y posterior discusión en el estudio” (Bonaut Iriarte, 2018b, p. 169).

Estos últimos, los resúmenes deportivos, fueron los primeros en aparecer en la televisión española, a finales de los 50, y, también, los que predominaron durante el periodo previo a la liberalización televisiva (Bonaut Iriarte, 2018a, p. 445). Su éxito se debió a que solventaban la carencia de retransmisiones deportivas generada, en gran medida, por dificultades técnicas (Bonaut Iriarte, 2018a, p. 445).

Durante esta época, el programa de resumen futbolístico *Estudio Estadio* (1972-presente), influido por el británico *Match of the Day* (1964-presente) y el italiano *La domenica sportiva* (1953-presente), se estableció como el principal referente de este tipo de espacios en España. Su dinámica se basaba en retransmitir resúmenes y reportajes breves sobre los diferentes encuentros de la Liga que habían tenido lugar en las jornadas previas.

El programa tenía un tono predominantemente informativo, siendo su principal objetivo “ubicar al espectador en aspectos básicos: resultados de los partidos por jornada y categoría, clasificación, máximos goleadores, siguiente jornada y... resultados de apuestas” (Bonaut Iriarte, 2018a, p. 448). Entre otras cuestiones, este programa introdujo, por primera vez, importantes elementos, como la sección *Moviola*, donde se analizaban y debatían las jugadas más polémicas con un tono más distendido, lo que aportaba entretenimiento al programa (Bonaut Iriarte, 2018a, pp. 446-447).

### **1.1. *El día después***

De entre todos los programas deportivos emitidos por *Canal Plus*, *El día después* se consagró como el principal referente, y uno de los grandes iconos de la cadena. Se trataba de una producción propia ideada por Alfredo Relaño (Sancho, 2020), director de deportes de la cadena de 1990 a 1996 (*El Economista*, 2015). Su creación fue, en gran medida, consecuencia directa de la obtención de los derechos de retransmisión de la Liga por parte del canal (Bonaut-Iriarte & Vicent Ibáñez, 2020, p. 436).

Por ello, *El día después* se concibió ante todo como una plataforma promocional de las retransmisiones futbolísticas que programaba *Canal Plus*. Además de ello, Relaño

buscaba mostrar todo aquello que siempre había querido ver en los magazines futbolísticos, pero que nunca se había hecho en España (Vande Rusten, 2020): se pretendía unir los magazines tradicionales con el entretenimiento. Teniendo en cuenta estos dos aspectos, Relaño diseñó un programa que ofrecía “una mirada integral del fútbol, ajena a la polémica, que fuera desde lo ajedrecista del análisis de juego... hasta Lo que el ojo no ve” (Vande Rusten, 2020).

Esta propuesta resultó altamente efectiva como quedó demostrado, principalmente, por tres hechos. En primer lugar, el programa fue, reiteradamente, uno de los más exitosos a nivel de audiencia de la cadena (Sofres, 1990-2004). Obviamente, este éxito de audiencia fue posible gracias a que, desde septiembre de 1991, el espacio formó parte permanente de la oferta en abierto de *Canal Plus* (*Canal Plus Revista*, 1991n).

En segundo lugar, el programa fue galardonado en diversas ocasiones a lo largo de su trayectoria. En concreto obtuvo cinco premios diferentes entre 1990 y el 2005: premio Ondas en 1992 al mejor programa deportivo, TP de Oro en 1995 al mejor programa en variedades y premio de la Academia de Televisión al mejor programa deportivo en 1992, 2002 y 2003 (Vande Rusten, 2020).

Por último, y en tercer lugar, *El día después* fue un programa muy longevo. El espacio inició sus retransmisiones, en codificado, en octubre de 1990. Permaneció en antena los 15 años de vida de *Canal Plus* en analógico, aunque con la aparición de *Cuatro* en 2005 cesó su realización. Sin embargo, unos años después, en 2009, el programa fue recuperado y se reincorporó a *Canal Plus*, dentro de la oferta de la plataforma *Digital Plus* (*Fórmula TV*, 2009). Actualmente, el espacio se sigue realizando y forma parte de la oferta de la plataforma *Movistar+*.

En este trabajo, todo lo sucedido después de 2005 no se tendrá en cuenta por quedar fuera del periodo de estudio. Sin embargo, resulta relevante conocer toda esta trayectoria porque refleja la efectividad de *El día después*, lo que permite valorarlo adecuadamente dentro del contexto de *Canal Plus* y de la televisión española: un espacio creado en 1990 que, pese al paso del tiempo, continúa en antena y manteniendo su relevancia en el presente.

El periodo analógico de *El día después* (1990-2005) no constituyó un monolito temporal durante el cual el programa permaneció idéntico constantemente, todo lo contrario. Para que el espacio mantuviese su relevancia debía tratar de permanecer en la

vanguardia de la televisión, lo que implicaba la realización de cambios a diversos niveles y de distinta envergadura. Dichos cambios se pueden englobar en cuatro cuestiones o elementos principales: presentadores, contenido, estructura y estética, que, como se ha detallado, constituyen la base del análisis.

#### **a) Presentadores**

En su primera temporada, la correspondiente a 1990-1991, el programa fue presentado y conducido por el periodista deportivo Nacho Lewin. Junto a él estaba Jorge Valdano, exjugador de fútbol que apoyaba a Nacho Lewin ejerciendo de analista de jugadas deportivas (Figura 1). En aquel primer momento se estableció un notable tono cercano del presentador con los espectadores, el cual se conseguía gracias a la permanente sonrisa de Nacho Lewin, entre otras cuestiones.

**Figura 1: Nacho Lewin y Jorge Valdano (1990-1991)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020c)**

En la segunda temporada, 91-92, Jorge Valdano abandonó el programa debido a su interés por cambiar su rumbo profesional (El Día Después en Movistar+, 2020c), lo cual consiguió poco después al ser nombrado entrenador del Club Deportivo Tenerife (Jiménez, 1992). Su lugar fue ocupado por Michael Robinson (Figura 2), también exjugador de fútbol, que entró como colaborador, aunque, con el paso del tiempo, se asentó como copresentador (Sámano, 1991).

**Figura 2: Michael Robinson (1993)**



**Fuente: (remembervhs, 2017)**

Un tiempo después, a mediados de la temporada 92-93, a Lewin y Robinson se añadió un tercer colaborador: Joaquín Ramos Marcos (Figura 3). Era un árbitro de fútbol retirado encargado de ejercer de crítico arbitral, el primero en desempeñar ese papel en televisión. Fue introducido en el programa para evitar que Robinson se encontrase en situaciones comprometidas al comentar la actuación de los árbitros en los partidos (El Día Después en Movistar+, 2020a).

**Figura 3: Joaquín Ramos Marcos (1992-1993)**



**Fuente: (snowcopito, 2017)**

En 1994, Nacho Lewin abandonó el programa para regresar a la radio. En su lugar se incorporó, en la temporada 94-95, el “Lobo” Carrasco (Francisco José Carrasco) (Figura 4). Este había sido jugador de fútbol, al igual que Robinson, y estaba trabajando como comentarista deportivo en *Cadena Ser* (Victoriano López, 1992). Con la incorporación de Carrasco, tanto Robinson como Ramos Marcos tuvieron una presencia fija en el estudio durante toda la duración del programa. Su llegada también modificó la forma de presentar el programa; se estableció un tono más cercano, con un ambiente de entretenimiento aún mayor. Esto se conseguía gracias a la dinámica desenfadada que presentaban los tres protagonistas del programa.

**Figura 4: Ramos Marcos, Robinson y Carrasco (1996)**



**Fuente: (*El País*, 2020)**

Dos años más tarde, en 1996, el futbolista Raúl Ruiz comenzó a desempeñar el rol de reportero colaborador esporádico. Una función que, con el paso de los años, se afianzó y se transformó, primero, en colaborador fijo y, durante la última temporada analógica del programa, en copresentador (Martín, 2019).

Al año siguiente de la llegada Raúl Ruiz, en la temporada 97-98, el “Lobo” Carrasco deja de ser presentador del programa para ser comentarista de las retransmisiones de fútbol de Segunda División. Su puesto lo ocupó el periodista deportivo Josep Pedrerol (Figura 5), que ya trabajaba como redactor en el programa. Este cambio supuso la instauración de un tono ligeramente más serio e informativo en la forma de conducir el programa. Junto a él apareció, como colaborador, el periodista deportivo Julio Maldonado (Gallo, 1997).



**Figura 5: Josep Pedrerol (1998-2004)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020e)**

En la última temporada del programa en analógico, 04-05, tanto Pedrerol como Ramos Marcos abandonaron *El día después* para dedicarse por completo a *En la banda*, un espacio radiofónico deportivo que habían creado conjuntamente un año antes (*Libertad Digital*, 2003). Por ello, Robinson se convirtió en el presentador principal, contando con Ruíz y Maldonado como colaboradores/copresentadores (S. Gómez, 2005). Este último cambio conlleva una relajación del tono informativo del programa a favor de una mayor informalidad.

En definitiva, estos cambios en la presentación del programa evidencian la apuesta por personajes procedentes del fútbol profesional y por periodistas deportivas con experiencia. El tono desenfadado otorgado a cada edición no restaba calidad a las diversas secciones de las que se componía este espacio.

## **b) Contenido**

El contenido que configuraba los programas de *El día después* se componía, principalmente, de reportajes y crónicas deportivas. Las crónicas consistían en una serie de colas de los encuentros futbolísticos, es decir, imágenes editadas sin locución (Bandrés

et al., 2002, p. 115) sobre las cuales los presentadores aportaban los comentarios y análisis pertinentes.

Por su parte, los reportajes trataban temas variados, aportaban información a la audiencia (por ejemplo, explicaban cómo funciona el sistema de acceso a los estadios), daban a conocer historias peculiares (por ejemplo, contaban la historia de un comentarista de fútbol invidente), o relataban los sucesos de los partidos de fútbol (por ejemplo, analizaban actuaciones de jugadores concretos durante los partidos).

A nivel formal, caben destacar tres cuestiones. En primer lugar, el reportero nunca tenía presencia en la pieza; cuando una narración era pertinente, esta se realizaba en voz en *off*. En segundo lugar, estas piezas se realizaban utilizando música, textos gráficos y recursos varios, como imágenes de archivo, entrevistas o fragmentos de las retransmisiones de los encuentros, según fuera pertinente: sus creadores tenían completa libertad (Vande Rusten, 2020). Por último, es muy importante destacar que todos los reportajes, sin importar el grado informativo que tuvieran, estaban compuestos por un alto grado de espectacularización: el objetivo último de estas piezas era que la audiencia se emocionase con ellas.

Ambas, tanto las crónicas como los reportajes, tenían una duración media de unos tres minutos, pudiendo llegar a alargarse hasta los cinco, y su presencia se repartía a lo largo de todo el programa. Eran emitidas de dos formas diferentes: como unidades independientes previamente introducidas por los presentadores, o conformando unidades temáticas diferenciadas conocidas como secciones, las cuales siempre contaban con cabecera identificativa propia.

Las secciones constituyeron un elemento representativo del programa que necesitaba variar con frecuencia para poder reflejar el espíritu innovador del espacio. Por ejemplo, con la llegada de Josep Pedrerol como presentador se introdujeron cuatro secciones nuevas: *Sí o no*, *Desde que tú te has ido*, *El pufo* y *La parabólica* (Pedrerol, 1997, p. 55).

*El día después* contó con más de 20 secciones diferentes a lo largo de sus 15 años de trayectoria analógica, algunas de las cuales eran versiones actualizadas de otras previamente existentes. No todas llegaron a ser igualmente populares o longevas, por ello, en este trabajo se ha realizado una selección y solo se van a explicar en mayor profundidad las más relevantes: *La crónica*, *La pizarra cibernética*, *Lo mejor*, *La Liga de los Ases*, *Lo que el ojo no ve*, *Lo que el árbitro no ve*, *Coros y danzas* y *Las noticias del guiñol*.

*La crónica* (Figura 6) era la sección con la que el programa comenzaba oficialmente. Siempre se situaba poco después de la bienvenida que los presentadores realizaban al inicio. En ella se ofrecía un resumen, locutado, de la última jornada futbolística, lo que suponía una continuación con respecto a lo realizado en *Estudio Estadio* en la década de 1980. Esta sección estuvo vigente desde la temporada 90-91 hasta la 96-97.

**Figura 6: Cabecera *La crónica* (1996)**



**Fuente: (Javi Isla, 2015a)**

*La pizarra cibernética* fue creada en la temporada 90-91, en ella se analizaba en detalle las tácticas y jugadas más destacables de la última jornada. Como concepto, no se trataba de una sección novedosa puesto que ya se había realizado anteriormente en otros programas de la misma temática. Sin embargo, la novedad que introdujo *La pizarra cibernética* fue la utilización de la tecnología informática para su realización (Figura 7 y Figura 8). De esa forma, la sección sustituía el uso de gráficas realizadas a mano que estaban siendo utilizadas hasta ese momento:

El espacio *El día después...* ha incorporado un programa informático, desarrollado por los técnicos de la empresa ERITEL, que nos ayudará a desentrañar los entresijos de las tácticas de cada equipo. A través de una pantalla de ordenador, que desde el mismo estudio controla Jorge Valdano, podremos entrar en los vericuetos de los partidos y de cualquier novedad táctica...

Nuestra pizarra cibernética se adapta a las necesidades que se planteen... Los jugadores, representados gráficamente en el ordenador, se desplazarán simultáneamente en función de los movimientos de la pelota o de la estrategia del equipo contrario. Jorge Valdano, con la ayuda de un solo dedo, puede dibujar en la pantalla los croquis y transmitir gráficamente su interpretación de los encuentros... Las cámaras de CANAL+ complementarán los diseños de la pizarra con imágenes tomadas desde [los encuentros]. (*Canal Plus Revista*, 1991b, p. 7)

**Figura 7: La pizarra cibernética (1990-1991)**



**Fuente: (Movistar+, 2008a)**

**Figura 8: La pizarra cibernética (1990-1991)**



**Fuente: (Movistar+, 2008a)**

*La pizarra cibernética* equivalía a vanguardismo e innovación, pero eso no fue suficiente para que el espacio permaneciera. Unos años después de su estreno, en 1993, la sección fue renovada por completo y renombrada con el nombre de *Atocha* (Figura 9).

La idea de esta nueva versión, planteada por Michael Robinson, consistía en trasladar la manera de explicar las jugadas y tácticas del vestuario al plató de televisión; es decir, mediante un tapete y unas fichas. Para ello, no se utilizó un tapete cualquiera, Robinson quería una maqueta que reprodujese el estadio de Atocha de la Real Sociedad (que dejó de utilizarse para el fútbol en 1993 y fue demolido en 1999), como forma de homenajear ese lugar (Melero, 2020; B. Santamaría, 2020).

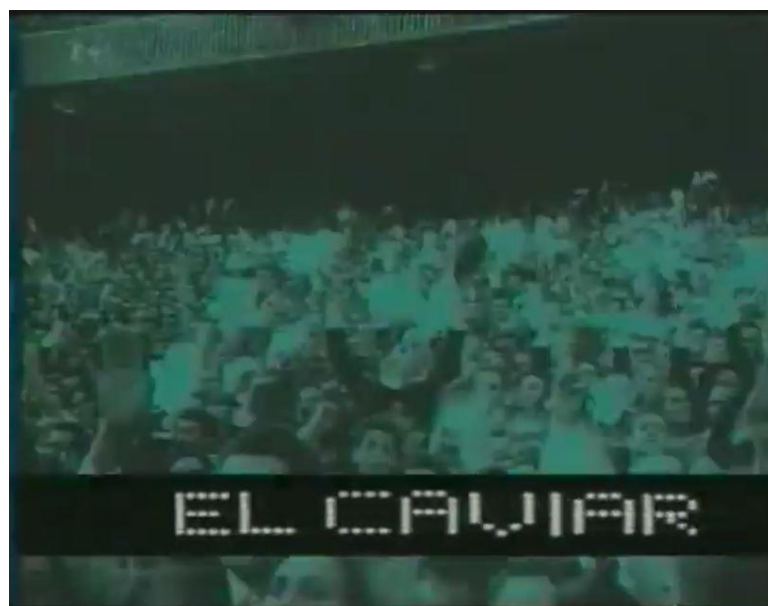
**Figura 9: Robinson con la maqueta de Atocha (1997-1998)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020g)**

*Lo mejor* fue una sección surgida en la primera temporada del programa, 90-91, en donde se ofrecía una crónica de las mejores jugadas y goles de la jornada, todo ello en forma de colas narradas por los presentadores. Lo más especial de esta sección fue su evolución a lo largo de las diferentes etapas del programa.

**Figura 10: Cabecera *El caviar* (1995-1996)**



**Fuente: (nomefallesrealbetis, 2009)**

Con la llegada de Lobo Carrasco, la sección fue renombrada como *El caviar* (Figura 10), una expresión que se popularizó y con la que se hacía referencia a lo mejor de la jornada. Posteriormente, durante el periodo de Pedrerol, el espacio se renombró como *Las jugadas más profesionales*, un nombre más serio y descriptivo.

Junto con *El caviar*, en la época de Carrasco se creó otra sección similar pero dedicada a los mejores sucesos del fútbol europeo: *La liga de los Ases*. Nuevamente, el espacio ofrecía una crónica, en forma de colas narradas por los presentadores, centrada en lo mejor de la jornada futbolística.

Tras la marcha de Carrasco, esta sección pasó a estar dirigida por Julio Maldonado, popularmente conocido como “Maldini”, y fue renombrada como *La parabólica* (Figura 11). Esta seguía siendo una crónica en forma de colas comentadas por los presentadores, pero, en esta ocasión, se aunaba fútbol nacional y europeo en una sola sección.

**Figura 11: Cabecera *La parabólica* (1999)**



**Fuente: (Balompié de Paco Alba, 2020)**

*Lo que el ojo no ve* fue creada en la primera temporada, 90-91, y contenía gran parte de la esencia y objetivos originarios del programa: mostrar el fútbol desde otra perspectiva. La sección ofrecía una crónica, en forma de colas comentadas por los presentadores, de diferentes sucesos llamativos que habían tenido lugar durante los diferentes encuentros.



Sin embargo, lo verdaderamente original y pionero de la sección era que dichos sucesos no provenían de los partidos en sí, sino de todas aquellas acciones que tenían lugar antes, durante y después de los mismos, pero que pasaban inadvertidos. Por ejemplo, un espectador tratando de despertar a otro echándole agua en la cabeza (Figura 12).

**Figura 12:** *Lo que el ojo no ve* (1994-1996)



**Fuente:** (El Día Después en Movistar+, 2020b)

**Figura 13:** Pancarta para *Lo que el ojo no ve* (1996)



**Fuente:** (Javi Isla, 2015a)

En palabras de Nicolás Abad, periodista que trabajó en esta sección: “Salíamos a los campos con la idea de no grabar el balón” (Vande Rusten, 2020). *Lo que el ojo no ve* se volvió un espacio tan famoso y apreciado que los aficionados escribían mensajes en sus pancartas en las que apelaban directamente a los reporteros de la sección para poder salir en ella (Figura 13).

*Lo que el árbitro no ve* se creó en la temporada 92-93 y fue la causante de la incorporación de Joaquín Ramos Marcos al programa, puesto que él era el responsable de esa sección. En ella se ofrecía una crónica, compuesta por colas, en la que se analizaban las acciones arbitrales más polémicas y dudosas. La sección iniciaba un diálogo sobre las decisiones arbitrales y el reglamento, de forma que se aclarasen todas las posibles dudas que hubiesen podido surgir en los diferentes encuentros.

Una particularidad de este espacio en concreto fueron los diferentes recursos gráficos que se implementaron a lo largo de las diferentes etapas y que aportaban mayor claridad y contribuían a generar un ambiente desenfadado. Estos elementos gráficos se incorporaron con la llegada de Carrasco, temporada 94-95, y caben destacar dos por ser los de mayor duración.

En primer lugar, el semáforo (Figura 14), que consistía en la imagen de un semáforo que cambiaba de color en función de si la acción arbitral había resultado positiva, negativa o neutra.

**Figura 14: *Lo que el árbitro no ve* - semáforo**



**Fuente: (Javi Isla, 2015b)**



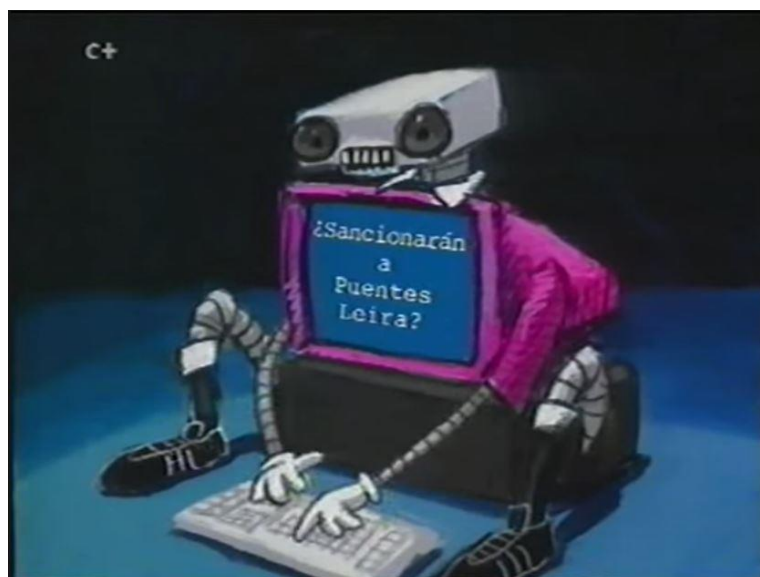
**Figura 15:** *Lo que el árbitro no ve* – monigote Ramos Marcos



**Fuente:** (El Día Después en Movistar+, 2020g)

En segundo término, tras la marcha de Carrasco después de la temporada 96-97, se utilizó un pequeño monigote que se movía sobre las imágenes de las colas reaccionando a aquello que estaba sucediendo (Figura 15). Curiosamente, este monigote era una representación gráfica animada de Ramos Marcos vestido de árbitro, de forma que se estaba simulando que Ramos Marcos ejercía de árbitro del partido y reaccionaba a las acciones arbitrales que realmente sucedieron.

**Figura 16:** *Lo que el árbitro no ve* – grafismo robot



**Fuente:** (Javi Isla, 2015b)

Además de estos dos usos de recursos gráficos, que fueron los más relevantes, la sección contó con otros como, por ejemplo, el ordenador (Figura 16), al que se realizaban preguntas sobre cuestiones arbitrales, y que se creó en el periodo de Carrasco. Todos estos elementos demostraban iniciativa e innovación por parte del programa, el cual trataba de cambiar y mejorar con el paso del tiempo.

*Coros y danzas* (Figura 17) se introdujo en periodo de Carrasco y, al igual que *Lo que el ojo no ve*, su objetivo era poner en valor todo aquello que rodea a los encuentros futbolísticos. En concreto, en esta sección se prestaba atención a la imaginación y originalidad que mostraba la afición en los estadios para animar o desmotivar a los diferentes equipos y jugadores. Para ello, en este espacio se recopilaban, por medio de colas comentadas por una voz en *off*, los diferentes cánticos y bailes que se podían encontrar en los partidos de fútbol.

**Figura 17: *Coros y danzas* (1994-1995)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020g)**

Por último, la última sección que es necesario destacar es *Las noticias del guiñol* (Figura 18). Este espacio surgió en la temporada 97-98, un año después de la creación de *Las noticias del guiñol* como programa propio. Esta sección ofrecía un breve repaso humorístico a la actualidad futbolística, “una contracrónica deportiva” (Gallo, 1997) que contaba con algunos de los protagonistas de *El día después* en su versión de muñeco de guiñol, como Michael Robinson.

**Figura 18: Guiñol Michael Robinson**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020d)**

### **c) Estructura**

Hablar de una única estructura aplicada idénticamente durante los 15 años de trayectoria analógica de *El día después* es imposible por tres cuestiones principales. En primer lugar, por la existencia de programas de temática especial que demandaban una estructura diferente. Por ejemplo, en diciembre de 1993 se realizó un programa enteramente dedicado a repasar la trayectoria de tres de los mejores jugadores de la historia: Maradona, Pelé y Di Stéfano.

En segundo término, por la temática en sí que trataba el programa. *El día después* generaba su contenido en base a los últimos sucesos de las jornadas futbolísticas, dichos acontecimientos eran variables. Por ello, el contenido del programa en sí se modificaba porque, según el momento, ciertas secciones no eran necesarias. Por ejemplo, si no se habían producido incidentes destacables en las diversas jugadas ocurridas, era posible que no se necesitase una explicación táctica de las mismas.

Y, por último, la ya mencionada evolución propia del programa fruto del paso del tiempo, reflejada anteriormente al hablar de los diferentes presentadores. Este proceso evolutivo resultó en dos grandes etapas, en lo que a la estructura del programa se refiere; una primera en la que se contaba con Alfredo Relaño, y una segunda sin él.

El primer periodo, el de Relaño, abarcó desde el nacimiento del espacio hasta la temporada 96-97 (incluida), un año más que la estancia de Relaño en *Canal Plus*. Se caracterizó por la utilización de un número elevado de secciones dentro del programa, y por el uso de los presentadores como meros partícipes, no como protagonistas del espacio: “Quería que la participación del presentador fuera muy rápida, como un Guardiola o un Milla en el centro del campo, tic, tic, tic” (Vande Rusten, 2020).

Los programas durante el periodo Relaño tenían una estructura donde se alternaban diferentes reportajes y crónicas, muchas de las cuales conformaban secciones. Todo ello estaba unido por medio de los presentadores, que comentaban brevemente, a modo de introducción, lo que se iba a ver en pantalla.

Un ejemplo de estructura de este periodo se puede observar en la escaleta plasmada en la tabla 1.

**Tabla 1: Escaleta *El día después* (30-01-1995)**

| Contenido     | Descripción                                                                                             | Duración |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Vídeo         | Vídeo introductorio (habitualmente declaraciones de prensa o respuestas a pie de calle de la audiencia) | 54”      |
| Presentadores | Presentación y bienvenida                                                                               | 36”      |
| Cabecera      | Cabecera del programa con sintonía                                                                      | 27”      |
| Vídeo         | Vídeo resumen de lo que se va a tratar en el programa                                                   | 60”      |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 10”      |
| Vídeo         | Sección <i>La Crónica</i>                                                                               | 3’ 40”   |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 7”       |
| Vídeo         | Sección <i>Para grabar</i>                                                                              | 3’ 40”   |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 10”      |
| Vídeo         | Sección <i>Para borrar</i>                                                                              | 1’ 38”   |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 30”      |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                               | 2’       |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 20”      |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el ojo no ve</i>                                                                      | 5’ 53”   |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 7”       |
| Vídeo         | Sección <i>Sabemos de fútbol</i>                                                                        | 30”      |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                       | 43”      |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el árbitro no ve</i>                                                                  | 4’ 38”   |

|               |                                                          |         |
|---------------|----------------------------------------------------------|---------|
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 14''    |
| Vídeo         | Sección <i>El semáforo</i>                               | 1' 31'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 23''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                | 4' 18'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 5''     |
| Vídeo         | Sección <i>Sabemos de fútbol</i>                         | 1'      |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 21''    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                    | 2'      |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 35''    |
| Vídeo         | Sección <i>Coros y danzas</i>                            | 2' 55'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 7''     |
| Vídeo         | Sección <i>Clasificaciones curiosas</i>                  | 4' 44'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 13''    |
| Vídeo         | Sección <i>Sabemos de fútbol</i>                         | 1' 57'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 9''     |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el ojo no ve</i> (parte II)            | 7' 6''  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 49''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                | 3' 36'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 35''    |
| Vídeo         | Promoción futuras emisiones deportivas <i>Canal Plus</i> | 42''    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido        | 10''    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                    | 50''    |
| Presentadores | Despedida del programa                                   | 12''    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo replus</i>                                 | 3' 15'' |

**Fuente: Elaboración propia**

Es necesario destacar que, durante las cuatro primeras temporadas del programa, dentro de este periodo, *El día después* tenía una duración de 60 minutos y no de 90, como quedó establecido finalmente. Este hecho, si bien no supuso una importante modificación de la estructura del programa que se acaba de exponer, sí que implicó que, durante esos primeros años, al disponer de menos tiempo, el programa contuvo una menor cantidad de secciones.

El periodo “post-Relaño”, que abarcó de la temporada 97-98 a la 04-05, no comenzó hasta un año después de la marcha de Alfredo Relaño de *Canal Plus*, coincidiendo con la creación de *Canal Satélite Digital*. El inicio de esta nueva etapa se personalizó, en gran medida, en la llegada de Josep Pedrerol como presentador, con el que se pretendía aportar una mayor seriedad al programa: “Queremos hacer un programa más informativo y Pedrerol es la persona adecuada para este cambio de registro” (Gallo, 1997).

Ese cambio de registro provocó que la segunda etapa se caracterizara por una disminución en la cantidad de secciones, puesto que, en líneas generales, estas se realizaban con un claro objetivo de entretener al espectador y aportaban un toque desenfadado al programa. En consecuencia, los presentadores adquirieron mayor protagonismo puesto que tuvieron más tiempo para analizar y comentar los sucesos de la jornada en directo.

Cabe señalar que este cambio fue progresivo, no se realizó de forma inmediata tras la llegada de Pedrerol (Pedrerol, 1997, p. 55). También es importante aclarar que, la disminución en la cantidad de las secciones no implicó, necesariamente, la supresión absoluta del contenido que estas abarcaban. Los temas que trataban seguían formando parte del espacio, pero no se mostraban al espectador como una parte temática diferenciada del resto de la narrativa del programa. Una situación que, en ocasiones, se daba con las propias secciones cuyos contenidos eran distribuidos a lo largo de todo el programa, pero, la sección en sí, solo era introducida en una ocasión.

Los programas durante el periodo “post-Relaño” guardaron similitudes estructurales con el periodo anterior, aunque, en general, la estructura de este periodo era más flexible por la disminución de las secciones. Los programas seguían estando conformados por reportajes y crónicas y todas las partes se unían por la intervención de los presentadores.

Un ejemplo de estructura de este periodo se puede observar en la escaleta plasmada en la tabla 2.

**Tabla 2: Escaleta *El día después* (18-11-2002)**

| <b>Contenido</b> | <b>Descripción</b>                                                            | <b>Duración</b> |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Vídeo            | Vídeo introductorio (un montaje de imágenes varias o declaraciones de prensa) | 1’ 4”           |
| Cabecera         | Cabecera del programa con sintonía                                            | 20”             |

|               |                                                                                                                     |        |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Presentadores | Presentación, bienvenida de los presentadores y se formula la pregunta del programa para que la audiencia participe | 1' 37" |
| Vídeo         | Adelanto reportaje                                                                                                  | 46"    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 36"    |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                                           | 1' 51" |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 1' 13" |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                                           | 3' 19" |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 18"    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                                                                               | 31'    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 11"    |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                                           | 2' 7"  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 10"    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el árbitro no ve</i>                                                                              | 1' 36" |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 19"    |
| Vídeo         | Sección <i>Buzón de quejas</i>                                                                                      | 2'     |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 20"    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el árbitro no ve</i>                                                                              | 17"    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 14"    |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                                           | 1' 8"  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 12"    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                                                                               | 2'     |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 25"    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el árbitro no ve</i>                                                                              | 54"    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 10"    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                                                                               | 1' 7"  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 40"    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el ojo no ve</i>                                                                                  | 2' 6"  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 35"    |
| Vídeo         | Reportaje                                                                                                           | 3'     |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 1'     |
| Vídeo         | Colas                                                                                                               | 33:05  |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 10"    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                                                                               | 48"    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido                                                                   | 23"    |
| Vídeo         | Sección <i>Lo que el árbitro no ve</i>                                                                              | 32"    |

|               |                                                           |         |
|---------------|-----------------------------------------------------------|---------|
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 28''    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                     | 40''    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 27''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                 | 3' 36'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 18''    |
| Vídeo         | Sección <i>Las jugadas más profesionales</i>              | 42''    |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 24''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                 | 2' 40'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 30''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                 | 2' 14'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 15''    |
| Vídeo         | Sección <i>Las noticias del guiñol</i>                    | 2' 28'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 20''    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                     | 2' 22'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 15''    |
| Vídeo         | Reportaje                                                 | 1' 13'' |
| Presentadores | Los presentadores dan paso al siguiente contenido         | 30''    |
| Vídeo         | Colas para la crónica                                     | 45''    |
| Presentadores | Resultado de la pregunta hecha a la audiencia y despedida | 25''    |

**Fuente: Elaboración propia**

#### **d) Estética**

Las diversas etapas que experimentó el programa, tanto a nivel estructural como a nivel de los presentadores, quedaron reflejadas en diferentes componentes estéticos. El elemento visual que mejor plasmó todos los cambios que se realizaron fue el plató en el que se desarrollaba el espacio. Este permitió al espectador ser más consciente de las diferentes fases que experimentó el espacio.

El programa contó con seis estéticas de plató diferentes. La primera fue en el periodo de Nacho Lewin. La segunda en el periodo del “Lobo” Carrasco. La tercera, cuarta y quinta en el periodo de Josep Pedrerol. Y la sexta en el último año, cuando Michael Robinson se quedó al frente programa.



El primer plató con el que contó el espacio, durante el periodo de Nacho Lewin, fue una declaración de intenciones del carácter del programa. Se trataba de un espacio de colores oscuros (gris y negro), conformado por dos butacas en el centro del plató con la pizarra cibernética (cuando estaba) y una mesilla entre ambas (Figura 19). De esta forma los presentadores se podían sentar cerca, casi cara a cara, y se creaba un ambiente desenfadado que rompía con lo que se había estado haciendo hasta la fecha en este tipo de programas. Cabe destacar que el conductor principal, Lewin, siempre se sentaba en la butaca izquierda.

**Figura 19: Disposición sillas en plató (1990-1994)**



Fuente: (La casa del fútbol, 2020)

Las butacas estaban enmarcadas, por el lado izquierdo trasero, por una pantalla grande donde se podía ver, desde plató, aquello que se estaba emitiendo (Figura 20).

**Figura 20: Disposición pantalla en plató (1990-1994)**



Fuente: (snowcopito, 2017)

En el lado derecho, tras las butacas, había una serie de escalones con unas barandillas que pretendían recrear unas gradas. De hecho, durante el primer año de emisión, dichas gradas aparecían cubiertas con papeles y latas esparcidos, de forma que la simulación de las gradas fuera más realista (Figura 21).

**Figura 21: Gradas plató *El día después* (1990-1991)**



**Fuente: (La casa del fútbol, 2020)**

El segundo plató, utilizado en la época de Carrasco, fue una versión actualizada del primero, en la que ciertos aspectos se mantuvieron de forma que existía una cierta continuidad (Figura 22). Se modificaron los colores, apostando por un tono predominantemente verde, que añadía luminosidad al espacio.

**Figura 22: Plató *El día después* (1994-1997)**



**Fuente: (Javi Isla, 2015a)**

Se cambiaron las sillas por butacas, las cuales se siguieron colocando alrededor de una mesilla para conseguir un ambiente desenfadado. El conductor principal del espacio, Carrasco, mantuvo su posición en la parte izquierda de la mesa. Desaparecieron las gradas que había anteriormente, lo que le aumentó la seriedad al espacio con respecto a lo que había anteriormente. También se dispusieron tres pantallas tras los presentadores, una a derecha, otra en el centro, y otra en la izquierda.

De este segundo plató resulta especialmente llamativo el uso de letreros que se colocaron a derecha e izquierda, tras los presentadores y bajo las pantallas (Figura 23 y Figura 22). En ellos estaba escrito el nombre del programa con una tipografía que pretendía recordar a los marcadores de los estadios, y que coincidía con la utilizada en la introducción de las diferentes secciones, como se puede apreciar en la anteriormente mencionada figura 10.

**Figura 23: Letrero del plató – *El día después* (1994-1997)**



**Fuente: (Javi Isla, 2015a)**

El tercer plató del programa llegó con la aparición de Pedrerol. Como se ha explicado anteriormente, la llegada de Pedrerol significó la apuesta por un programa más informativo y, por tanto, de aspecto más serio que el que había hasta la fecha. Por ello, este tercer plató supuso una ruptura con los anteriores en varios sentidos, siendo el más importante, la disposición de los presentadores en el espacio.

Se eliminaron las sillas y butacas en torno a la mesilla y, en su lugar, se colocó una mesa en torno a la cual se situaron a los presentadores en sillas de oficina (Figura 24). De

esta forma se conseguía un aspecto visual similar al de los informativos lo que, a su vez, aportaba seriedad al programa. También cambió de posición el conductor principal, Pedrerol, que se situó a la derecha de la mesa.

**Figura 24: Tercer plató – *El día después* (1997)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020g)**

En una zona aparte se situaba una mesilla y unas butacas, similares a las de los periodos anteriores, donde se realizaban las secciones que contaban con colaboradores especiales como “Maldini” (Figura 24). Ese mismo espacio también era empleado para colocar la maqueta de Atocha cuando se realizaba la sección *Atocha* (Figura 25).

**Figura 25: Tercer plató – Espacio maqueta Atocha**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020g)**



Por último, en relación con este tercer plató, cabe destacar dos cuestiones. En primer lugar, la ausencia de pantallas, elemento que había sido constante anteriormente. En segundo lugar, el cambio de colores del espacio; en esta ocasión el blanco se estableció como predominante, acompañado de algún fragmento de color (mayoritariamente azul) y unas imágenes grandes, en blanco y negro, de futbolistas.

El cuarto plató del programa, también perteneciente a la época de Pedrerol, se instauró unos dos años después que el anterior, sobre la temporada 99-00. Su diseño era una mezcla de conceptos e ideas de los platós que había habido hasta la fecha.

El color predominante del espacio siguió siendo el blanco, aunque compartió protagonismo con el negro y aumentó la presencia de otros colores como el rojo, verde o azul. La mesa alta fue sustituida por una mesilla baja, y las sillas de oficina, por un juego de sillones y un sofá. Se rescataron las gradas del primer plató, con una apariencia renovada, tras los presentadores. También volvieron las pantallas al plató (Figura 26).

**Figura 26: Cuarto plató – *El día después* (1999-2000)**



**Fuente: (FutbolVintage, 2019)**

Cabe destacar que, en este cuarto plató se añadió en el suelo, frente a la mesa entorno a la que se realizaba el programa, el dibujo, a tamaño real, de parte de un campo de fútbol (Figura 27). La parte más visible en cámara era la más cercana a la mesa, que correspondía con la esquina del campo.

**Figura 27: Dibujo campo de fútbol – Cuarto plató (1999-2000)**



**Fuente: (FutbolVintage, 2019)**

Todavía en la etapa de Pedrerol, apareció un quinto diseño de plató (temporada 2000-2001). Nuevamente, se trataba de una estética que combinaba diferentes ideas aplicadas previamente (Figura 28). Se recuperaron los colores predominantemente oscuros, sobre todo se utilizaron azules, grises y negros. Todos ellos le daban un estilo futurista y moderno, que se vio acentuado por la mesa y las sillas que sustituyeron a la mesilla y sillones del plató anterior.

**Figura 28: Quinto plató – *El día después* (2002)**



**Fuente:(futbolvideonet, 2020)**

Se mantuvieron las gradas y aumentaron el número de pantallas que había dentro del plató; todo ello se situaba tras los presentadores. Por primera vez, Pedrerol cambió de posición entorno a la mesa, y se situó a la izquierda, tal y como hicieron Lewin y Carrasco antes que él.

Por último, el sexto diseño se realizó para la etapa en la que Robinson se estableció como principal presentador, la temporada 2003-2004. Este era un diseño moderno, en la línea del anterior, pero con una apariencia más cálida debido a la combinación del naranja con el azul y el gris (Figura 29).

**Figura 29: Maldonado, Robinson y Ruíz (2004)**



**Fuente: (El Día Después en Movistar+, 2020f)**

Nuevamente se eliminaron las gradas, aunque, en contrapartida, aumentó el número de pantallas en el plató. Robinson mantuvo su posición central en la mesa que había estado ocupando desde la llegada de Pedrerol. Se evidencia así que la estética de la escenografía del programa estuvo plenamente relacionada con los cambios de etapa y las novedades introducidas en cada una de ellas.

## **2. Los programas informativos: el espacio de entrevistas *Epílogo* (1998 – 2020)**

La entrevista es un género periodístico complejo que se utiliza para tratar de obtener información; en ella “el periodista pretende desvelar... lo que considera de interés para su audiencia [, y el] entrevistado quizá trate de camuflar en sus respuestas lo que no quiere que sea de dominio público” (Bandrés et al., 2002, p. 127). A diferencia de otros géneros periodísticos, la entrevista establece una peculiar conversación a tres bandas entre el entrevistador, el entrevistado y la audiencia (Balsebre et al., 1998, p. 152).

Bandrés et al. (2002, p. 129) afirman que “existen tantos tipos de entrevistas como profesionales que la realizan”. No obstante, es posible encontrar varias tipologías clasificatorias de las mismas en base a tres criterios diferentes:

- En función del contenido de las entrevistas: entrevista informativa, entrevista de opinión o entrevista de personalidad (Bandrés et al., 2002, p. 129).
- En función de los objetivos informativos con los que se hayan realizado: entrevista de actualidad, entrevista de magacín, entrevista de carácter, entrevista en profundidad o entrevista monográfica (Balsebre et al., 1998, pp. 205-215).
- En función del formato audiovisual que adopten: entrevista de estudio, entrevista de reportaje, conferencia de prensa, declaración o encuesta de calle (Bandrés et al., 2002, p. 130).

Por otro lado, Tanaka (2004, pp. 36-38) señala que, al margen de cómo sean las entrevistas o de cómo se clasifiquen, uno de los principales factores diferenciadores de estas piezas reside en la forma en la que son emitidas por televisión. En base a ello se puede distinguir entre las que son parte de un programa televisivo más amplio, como sería el caso de las entrevistas en los noticiarios, y las que constituyen en sí mismas un programa, en cuyo caso se suele entrevistar a celebridades o expertos varios (Tanaka, 2004, p. 36).

Durante el monopolio televisivo, la entrevista, como programa, alcanzó su momento de máximo esplendor en el periodo de Transición (1975-1982). En esa etapa, la entrevista se convirtió en un importante recurso facilitador del proceso político. Por medio de



espacios como *A fondo* (1976-1981), compuestos por entrevistas en profundidad, se dieron a conocer grandes personalidades, políticas y culturales, clave para ese periodo histórico (Martín Jiménez, 2018, pp. 497-501):

Estos espacios dieron visibilidad a los políticos que impulsaron el cambio hacia la democracia en España. A su vez, cumplieron una labor formativa e informativa fundamental para el desarrollo de un proceso de socialización democrática en un país que necesitaba aprender a convivir en un nuevo sistema político. (Martín Jiménez, 2018, p. 497)

El resto de la década de los 80 (1983-1989) contó con menos programas de entrevistas que en la Transición, puesto que la gran apuesta informativa de esos años fueron los grandes reportajes y el periodismo de investigación (García Avilés et al., 2018, p. 609). Entre los espacios de entrevistas que se programaron cabe destacar *Punto y aparte* (1985-1991), en el que se realizaban entrevistas sobre temas de actualidad social (García Avilés et al., 2018, p. 601).

Este interés por los programas de entrevistas se trasladó, inicialmente, a los años 90. La aparición de nuevas cadenas supuso la oportunidad de mostrar opiniones políticas diferentes a las del Gobierno, al mismo tiempo que, cadenas como *Antena 3*, emplearon la información como elemento de competición frente a *TVE*, al menos inicialmente (Mateos-Pérez, 2009, p. 317; Reguero-Sanz et al., 2020, pp. 724-725).

Conforme avanzó esa década, las entrevistas fueron disminuyendo su presencia como programas propios e incrementando su aparición en forma de recursos dentro de otros contenidos (Reguero-Sanz et al., 2020, p. 725). Esto se debió al incremento en la creación de contenidos televisivos surgidos de la hibridación de géneros, como por ejemplo el magacín, donde las entrevistas adquirieron una mayor presencia (Gómez Martín, 2006, p. 1). En este contexto, *Canal Plus* España dio el visto bueno a la creación de *Epílogo*.

## 2.1. *Epílogo*

Como se ha explicado en el capítulo anterior, *Canal Plus* no fue una cadena especialmente conocida por su oferta informativa. Sin embargo, uno de sus programas más innovadores fue *Epílogo*, un espacio de entrevistas, de entre 55 y 60 minutos de duración, y estrenado en julio de 1998.

El programa fue una creación original de Begoña Aranguren (Figura 30) en colaboración con Isabel Vergarajáuregui. No se trató de una adaptación de un espacio extranjero, ni tampoco estuvo inspirado en otros contenidos, aunque, tras su gestación, Aranguren descubrió que “existía un espacio parecido en Estados Unidos” (Gallo, 2004).

**Figura 30: Begoña Aranguren**



**Fuente: (Gallo, 2004)**

El programa surgió de la necesidad de revalorizar el papel de las personas mayores en una sociedad que había dejado de considerarlas relevantes. En palabras de la propia Begoña Aranguren: “En España hay personajes esenciales muy olvidados, con una sabiduría y un legado humano y cultural asombrosos, que conviene recuperar. Creo que no se debe perder la memoria histórica” (Gallo, 2004).

Para ello el espacio realizaba una entrevista con la que se hacía “un recorrido autobiográfico por la vida, obra, sentimientos, angustias y compromisos ideológicos o éticos de personajes de primera fila” (Gallo, 1999). Y, a diferencia de otras entrevistas, las de *Epílogo* únicamente se emitían tras la muerte del entrevistado.

Tras la grabación, las entrevistas eran depositadas ante notario y se guardaban hasta el fallecimiento del entrevistado, momento en el que podían retransmitirse (Ortiz, 2003). Esto aportaba otra particularidad al espacio: no contaba con un horario de emisión concreto. Al contrario que otros programas, el horario de emisión de *Epílogo* no era programado periódicamente puesto que su ritmo de emisión dependía de causas incontrolables: la muerte de sus protagonistas.

Fue una propuesta arriesgada que, pese a no ser siempre valorada adecuadamente, obtuvo el reconocimiento que se merecía al obtener el premio Ondas en 1999 (Gallo, 2004). En sus inicios el espacio fue pensado para formar parte de la oferta de *TVE*. No obstante, la situación cambió y *Canal Plus* se hizo con el espacio: “El cambio político dio al traste con los planes, y fue Canal + la cadena que se atrevió a estrenar *Epílogo*” (Gallo, 1999).

A pesar de las dificultades que hubo inicialmente para conseguir entrevistados (Gallo, 2004), Aranguren logró la colaboración de 61 personalidades españolas, de las cuales se han emitido casi todas (Ortiz, 2003). La primera en ser emitida fue la de Antonio Saura, en 1998. La última fue la de Julio Anguita, en 2020, la cual fue retransmitida por *Movistar+*, plataforma de televisión que poseía todos los contenidos de *Canal Plus* en aquel momento (Movistar+, 2020). Aunque todavía quedan entrevistas por emitir como la de Carmen Franco (Landaluce, 2018).

Es complicado establecer una cronología exacta de cuándo se realizaron cada una de las entrevistas que compusieron este espacio por dos motivos principales. En primer lugar, como ya se ha explicado, las entrevistas eran emitidas conforme fallecían los entrevistados; un orden que no correspondía con el de grabación de las piezas. Y, en segundo lugar, cuando las entrevistas eran emitidas, no se indicaba cuándo fueron grabadas.

Pese a ello, es posible hablar de dos claros periodos dentro del programa *Epílogo* que cuentan con una puesta en escena diferenciada. No es posible determinar fechas concretas que separen ambas etapas debido a la imposibilidad de establecer una cronología clara

del programa. Sin embargo, hay cuestiones que permiten determinar cuál fue el primer periodo y cuál el segundo.

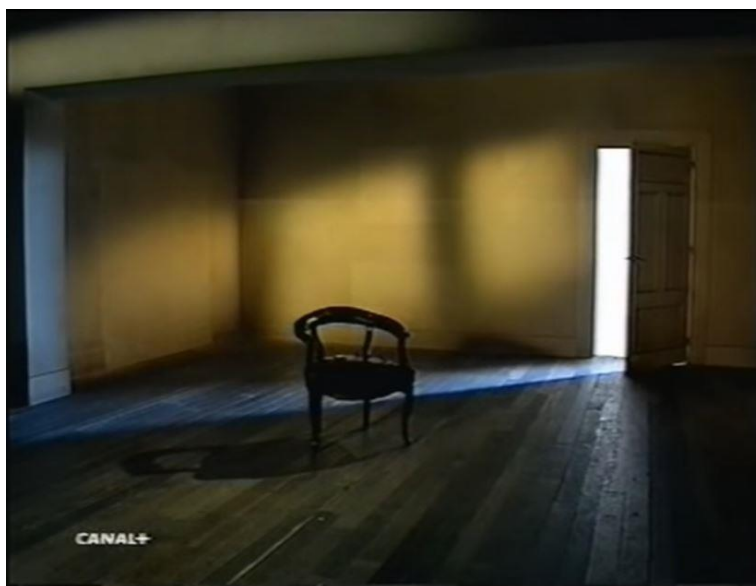
Esta diferenciación es posible gracias a la entrevista que se le realizó a Juan Antonio Bardem, emitida en octubre de 2002 (*Diario Córdoba*, 2002). En ella, se le pregunta al entrevistado si desea decir algo a modo de posdata, mientras que, como se explicará más adelante, habitualmente se preguntaba si se quería decir algo a modo de epílogo.

La importancia en el uso de la palabra posdata reside en el hecho de que, durante un breve espacio de tiempo, en los inicios del programa, este espacio se denominó *Posdata*, no *Epílogo*. Por ello, se puede concluir que todas las entrevistas que comparten la misma puesta en escena que la de Juan Antonio Bardem, se realizaron en los comienzos del programa.

#### a) Primer periodo

Durante la primera etapa, correspondiente con las entrevistas iniciales, el programa contó con dos empresas productoras: *Igeldo Telebista* y *Maradentro*. En este periodo, las entrevistas se desarrollaban en una habitación casi vacía. Se trataba de un cuarto de paredes anaranjadas y suelo de parqué; en cámara se veían tres paredes de dicha habitación (Figura 31).

**Figura 31: Entorno grabación primer periodo – *Epílogo***



**Fuente: (wolfganglvhf, 2015b)**

La pared de la izquierda estaba completamente vacía, en la pared de la derecha se encontraba situado un espejo de cuerpo entero sin marco, y en la pared del centro había una puerta entreabierta. Por la puerta entraba luz blanca, lo que permitía generar una serie de sombras y, en cierta manera, recrear la famosa luz del “más allá” a la que se suele hacer referencia cuando alguien fallece.

En el centro de la habitación se encontraba situada una silla en la cual se sentaba el entrevistado. Esta se encontraba situada de tal forma que el protagonista de la entrevista daba la espalda a la esquina en la que se unían la pared derecha y central de la habitación. La puerta queda tras el entrevistado, pero a su derecha, de forma que parecía que ese era el lugar al que se dirigía tras terminar la entrevista (Figura 32).

**Figura 32: Situación entrevistado sala (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo**



**Fuente: (wolfgangklvhf, 2015b)**

El espejo estaba situado justo frente al entrevistado en la pared de la izquierda, pero este solo se veía en función del plano que se estuviera utilizando. En la entrevista se alternaban tres tipos de planos: plano medio frontal (más o menos abierto), primer plano frontal y contraplano general.

Resulta especialmente interesante el contraplano general, en el cual se enfocaba la espalda del entrevistado, porque este era el único que permitía ver la pared de la izquierda y el espejo que había en ella. Cuando este plano se utilizaba, se veía, al mismo tiempo que la espalda del entrevistado, su reflejo frontal en el espejo (Figura 33).

**Figura 33: Contraplano entrevista (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo**



**Fuente: (wolfgangklvhf, 2015b)**

De esta forma se transmitía una intensa sensación de soledad que comunicaba que el entrevistado se encontraba ahí solo (sin artificios), lo que transmitía una cierta imagen de pureza, como si así se tratase de garantizar que se está viendo la entrevista de la persona en su forma más pura e íntegra, alejada de todo tipo de escudo o máscara.

**Figura 34: Fundido inicio (Juan Antonio Bardem) – Primer periodo**



**Fuente: (wolfgangklvhf, 2015a)**

Finalmente, cabe destacar el inicio y el final de la entrevista: la cabecera y los títulos de crédito. La entrevista se iniciaba con un plano general en el que solo se veía la silla vacía, poco a poco, a través de un fundido, este plano era superpuesto por otro igual en el que aparecía el entrevistado sentado en la silla (Figura 34).

El plano final era exactamente igual, pero a la inversa, por medio de un fundido el entrevistado desaparecía progresivamente dejando vacía la silla (Figura 35). De esta forma se estaba transmitiendo, al inicio, la idea de que el entrevistado iba a ser rescatado de la memoria del pasado y, al final, que esa persona había desaparecido para siempre.

**Figura 35: Fundido final (Manuel Vázquez Montalbán) – Primer periodo**



**Fuente: (wolfganglvhf, 2015b)**

## **b) Segundo periodo**

Durante la segunda etapa, *Epílogo* estuvo producido por una sola empresa: *Maradentro*. Este cambio estuvo acompañado por el uso de un entorno de grabación diferente al empleado en el periodo previo. En esta ocasión, las entrevistas se realizaron en ambientes más hogareños e íntimos, abandonando la soledad e impersonalidad del espacio empleado en la etapa anterior.

A priori, las entrevistas parecían tener lugar en salas de estar o salones los cuales, desde el punto de vista del espectador, podían parecer pertenecer a las casas particulares de los propios entrevistados. Esta cuestión se deduce de la falta de uniformidad del



entorno grabación de una entrevista a otra. Por ejemplo, la entrevista a Julio Anguita (Figura 36) se realizó en una habitación de paredes color crema, con él sentado en un sofá.

**Figura 36: Entorno grabación Julio Anguita – *Epílogo***



**Fuente: (Laura Martín, 2020)**

Sin embargo, la entrevista a Sara Montiel (Figura 37) se realizó en una habitación con muebles de madera y diferentes objetos de decoración, y ella estaba sentada en una silla.

**Figura 37: Entorno grabación Sara Montiel – *Epílogo***



**Fuente: (soryeye777, 2013)**



Este cambio de escenario implicó una modificación de los planos utilizados para la grabación puesto que la disposición de la sala y sus objetos había variado con respecto a la primera etapa. En esta ocasión se utilizaron, principalmente, el primer plano y el plano medio, y, en ocasiones, el plano general.

Todos ellos tendían a ser bastante cerrados, de forma que se mostrase poco del entorno en el que se estaba realizando la entrevista. Así se obtenía un ambiente mucho más íntimo y cercano al entrevistado, sin transmitir esa sensación de soledad que estuvo tan presente en la primera etapa.

A este respecto cabe destacar que también hubo variaciones con respecto a la cabecera y a los títulos de crédito. En este segundo periodo, las piezas comenzaban y finalizaban con un plano congelado del entrevistado, concretamente, se trataba del plano inicial y del plano final de la entrevista. De esta forma se trataba de huir de la melancolía del inicio y del final que se había recreado en el primer periodo, para transmitir un cierto grado de cercanía.

Al margen de estas diferencias en la puesta en escena entre ambos periodos, *Epílogo* utilizó siempre una misma estructura (Tabla 3), aunque la duración de cada bloque del espacio variaba en función de lo desarrollada que fuese la respuesta del entrevistado.

**Tabla 3: Escaleta *Epílogo***

| <b>Contenido</b> | <b>Descripción</b>                                                       | <b>Duración</b> |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Cabecera         | Cabecera del programa con sintonía                                       | 15''            |
| Entrevistado     | Bienvenida al entrevistado con sintonía                                  | 8''             |
| Entrevistado     | Pregunta de inicio (siempre la misma)                                    | Variable        |
| Entrevistado     | Preguntas sobre su infancia o inicios de su trayectoria profesional      | Variable        |
| Entrevistado     | Preguntas sobre el desarrollo de su trayectoria profesional y personal   | Variable        |
| Entrevistado     | Preguntas sobre la situación actual del país, la sociedad y su profesión | Variable        |
| Entrevistado     | Pregunta de cierre (siempre la misma)                                    | Variable        |
| Entrevistado     | Títulos finales con sintonía                                             | 15''            |

**Fuente: Elaboración propia**

Todas las piezas se iniciaban con los correspondientes planos de cabecera de cada periodo, explicados anteriormente, sobre los cuales aparecía un letrero en la parte inferior derecha de la imagen. Este estaba conformado por dos líneas de texto, en la primera aparecía el nombre el programa “Epílogo” y, debajo, el nombre y apellidos del entrevistado. Todo ello en letras mayúsculas blancas con un ligero borde negro (Figura 38 y Figura 39); el único grafismo que había en las piezas.

**Figura 38: Cabecera primer periodo – *Epílogo***



**Fuente:** (wolfgangklvhf, 2015b)

**Figura 39: Cabecera segundo periodo – *Epílogo***



**Fuente:** (Laura Martín, 2020)

Este inicio duraba entre 15 y 20 segundos e iba acompañado de unos ligeros acordes musicales, que se repetían al final de la entrevista, cuando se mostraba el último plano. De esta forma se generaba una estructura circular compuesta por el mismo principio y fin, una referencia al círculo de la vida. Estos constituían los únicos instantes en los que se incorporaba música o cualquier otro efecto sonoro. De esa forma, al evitar incluir música, se suprimían los artificios o recursos que pudiesen influir en la reacción emocional de la audiencia o distraerla del contenido de la misma.

Tras la cabecera, todas las entrevistas comenzaban con la misma fórmula; se saludaba al entrevistado y se decía, con ligeras variaciones de una pieza a otra: “como quedamos en su día, esta entrevista será emitida cuando usted se haya muerto”. De esta forma se situaba al espectador que no conociese el programa en la dinámica del mismo.

A la vez, estas palabras le estaban recordando al entrevistado que se encontraba en un espacio seguro en el que podía decir lo que quisiera de la forma que quisiera puesto que, cuando fuese emitida dicha pieza, ya no estaría vivo para afrontar las posibles

consecuencias de sus palabras. Se trataba de una forma de iniciar la conversación y, sobre todo, de recordar al entrevistado que podía abrirse con total libertad.

Tras esto, se realizaba la primera pregunta de la entrevista, siempre la misma: “¿cómo le gustaría ser recordado?”. Era una pregunta abierta que le concedía una gran libertad al entrevistado para introducirse en la conversación, y en la entrevista, de la forma que prefiriese.

El resto de las preguntas que conformaban la pieza eran únicas y específicas para cada entrevistado. La entrevista se diseñaba de tal forma que se repasase la vida de los invitados, prestando especial atención a momentos concretos de su trayectoria, y permitiéndole expresar sus opiniones y reflexiones sobre diferentes temas. Por ejemplo, a Julián Marías se le preguntó: “¿qué mensaje querría dejar a este mundo de la filosofía?”.

Todas las preguntas que se formulaban tendían a ser abiertas, para que el invitado se expresase como quisiera. Esto, unido al hecho de que las piezas eran emitidas tras el fallecimiento de sus protagonistas, generaba un espacio seguro y libre en el que los entrevistas podían hablar con tranquilidad.

Ello permitía la formulación de preguntas controvertidas o delicadas que, en otras circunstancias nunca habrían sido respondidas pero que, en esos momentos, tenían posibilidades de ser respondidas. Por ejemplo, a Julio Anguita se le preguntó: “¿cómo pudo influir el asesinato de Carrero Blanco en la Transición?”

Las preguntas más polémicas solían ser contestadas, debido a esa libertad que generaba el saber que no habría repercusiones por sus palabras. Sin embargo, cuando el invitado declinaba contestar, no se veía acosado por la entrevistadora para que lo hiciera: no se buscaba un titular impactante con el que atraer audiencia. Por ejemplo, a Sara Montiel se le preguntó “¿quién le ha gustado más en la cama a Sara Montiel?”, pregunta que no recibió respuesta.

El final de las entrevistas, al igual que el inicio, compartía una fórmula universal en todas las ocasiones. Antes de la emisión de los créditos finales, la entrevistadora decía: “para terminar, después de esta larga conversación, díganos algo que usted quiera añadir a modo de epílogo”. De esta forma se estaba creando una estructura circular en toda la pieza porque el final era muy parecido al principio: se le volvía a ofrecer la oportunidad al entrevistado de decir unas últimas palabras por medio de una pregunta abierta.

Toda esta estructura y puesta en escena de *Epílogo* resultaba eficaz por la forma en la que se llevaba a cabo. La entrevistadora, Begoña Aranguren, generaba una atmósfera de intimidad entre ella y el invitado de tal manera que la entrevista se convertía en una conversación desenfadada, ausente de un tono informativo evidente.

En la creación de este ambiente de intimidad tenían especial importancia dos cuestiones. En primer lugar, la entrevista no contenía cortes de edición aparentes. Es decir, tanto respuestas como preguntas y reacciones a ambas (preguntas y respuestas) eran incluidas en el montaje final de la pieza. De esa forma, la audiencia se convertía en un tercer partícipe de la conversación entre entrevistado y entrevistador.

En segundo término, las piezas de *Epílogo* carecían, casi por completo, de recursos visuales o sonoros que pudieran influir en la reacción de la audiencia y romper ese ambiente que se había creado entre entrevistado y entrevistador. Las entrevistas se componían, mayoritariamente, por planos del entrevistado, Aranguren no salía en pantalla en ningún momento.

Las pocas veces que el invitado no estaba en pantalla era para mostrar una fotografía de archivo que apoyase y mostrase lo que se estaba contando. Estas imágenes eran escasas y, su aparición en pantalla no interrumpía la conversación que se estaba realizando porque el entrevistado seguía hablando en voz en *off*.

### **3. Los contenidos miscelánea: el magacín *Lo + Plus* (1990 – 2005)**

Tal y como se ha explicado anteriormente, el magacín es un programa en el que siempre se está produciendo una hibridación. Normalmente esta se da entre información y entretenimiento, y se genera mediante la combinación de diferentes géneros como el reportaje y el humor (Arana Arrieta, 2011, p. 113).

Desde el punto de vista de la información, Mercado-Sáez (2020, p. 667) defiende que se pueden distinguir dos tipos de magazines en función de la intención primaria del programa. Por un lado, se encuentran aquellos cuyo principal objetivo es informar y que, para ello, tratan mayoritariamente temas importantes como la política. Y, por otro lado, están aquellos que priorizan entretener a la audiencia, por lo que abordan temas considerados menos serios a nivel periodístico.

Por otro lado, Marín (2006, pp. 92-93), desde la perspectiva del entretenimiento, diferencia entre los magacines emitidos por la mañana y los emitidos por la tarde. Los primeros tienden a enfatizar en el aspecto informativo del programa. Por el contrario, los que se retransmiten por la tarde suelen ser más livianos y centrarse en temas sociales, culturales y artísticos.

Además, Marín (2006, pp. 93-94) señala que, en España, se ha generado la tendencia de utilizar los anglicismos *late show* y *talk-show* para hacer referencia a un tipo de magacín cada vez más extendido en el país. Ambos se centran especialmente en el entretenimiento y el humor, y se presentan como magacines en los que tiene cabida absolutamente todo.

Estructuralmente, este formato se vertebra, principalmente, sobre conversaciones, como, por ejemplo, las generadas en las entrevistas. En torno a ellas se configuran diferentes secciones o microespacios en los que suelen participar colaboradores regulares que ayudan a fidelizar a la audiencia:

La palabra es el hilo conductor de estos programas, los cuales se articulan con secciones y microespacios que suelen encajar con una tipología de género. Cuentan con la presencia de colaboradores habituales de gran prestigio o popularidad que se han convertido en familiares para los... telespectadores, quienes esperan con ansia su aparición semanal. (Marín, 2006, p. 92)

Los orígenes del magacín en España se encuentran, al igual que el de otros contenidos televisivos, en la radio, en la década de 1930 (Etura Hernández & Zapatero Flórez, 2020, p. 529). Como formato televisivo, el magacín hizo su primera aparición en TVE en 1960 con el espacio *Cuarta dimensión* (1960-1961) (Moreno Díaz & Guerrero Pérez, 2018, p. 146).

Inicialmente, durante los años 60 y 70, el magacín gozó de presencia constante en la televisión, pero no de una gran popularidad en comparación con otros programas de entretenimiento como los concursos. Durante este tiempo, años 60 y 70, el magacín fue un elemento permanente los domingos por la tarde con programas como *Tele-Domingo* (1963-1964) (Moreno Díaz & Guerrero Pérez, 2018, p. 146).

No obstante, el verdadero crecimiento de estos espacios se produjo tras la Transición, en los años 80, antes de la llegada de la liberalización televisiva. En esa época, *TVE* tuvo que hacer frente, simultáneamente, a un incremento de las horas de emisión, la irrupción de una competencia televisiva inicial en forma de cadenas autonómicas, y la realización de los preparativos ante la inminente aparición de las cadenas privadas.

Frente a esta situación, la cadena pública debía incrementar su oferta de contenidos y, sobre todo, cubrir las nuevas horas de emisión disponibles. Para ello, el magacín se presentó como uno de los contenidos que mejor cubrían las necesidades de *TVE* por tratarse de un “formato flexible, económico y fácil de producir” (Etura Hernández & Zapatero Flórez, 2020, p. 529).

En esta época uno de los programas magacines que se estableció como más icónico fue *Por la mañana* (1987-1989), con el que *TVE* conseguía cubrir cuatro horas de emisión matutina (Guerrero Pérez & Moreno Díaz, 2018, pp. 674-677). El programa, con un marcado carácter informativo, ejercía también de espacio contenedor en el que tenían cabida todo tipo de contenidos, desde cursos de inglés hasta concursos y otros contenidos divulgativos.

### **3.1. *Lo + Plus***

Como ya se ha explicado en capítulos anteriores, la oferta de entretenimiento fue una de las principales estrategias programáticas de *Canal Plus*. Para mantenerla, una de las grandes apuestas de la cadena fue la ficción, en especial, los contenidos cinematográficos. No obstante, también hubo otros espacios que, entre otras cuestiones, procuraban entretener. De entre ellos cabe destacar el magacín *Lo + Plus*, una producción propia de la cadena privada.

En el imaginario colectivo, *Lo + Plus* era un magacín televisivo de corte social creado por *Canal Plus* en 1995 (Terán, 2015). No obstante, esta información no es del todo correcta. El programa *Lo + Plus* nació en 1990, al mismo tiempo que el propio canal. Sin embargo, el espacio contó dos periodos claramente diferenciados; un primero de 1990 a 1995, y un segundo de 1995 a 2005.

Durante la primera etapa (1990-1995), de la que quedan muy pocos registros, el programa ofrecía un contenido mucho más cercano a la crónica rosa que al magacín social. El espacio se componía de una serie de reportajes que, en gran medida, informaban sobre las últimas novedades de los famosos: viajes, eventos a los que habían asistido, relaciones sentimentales...

Los reportajes se emitían en bloque, uno tras otro, y sin ningún presentador que los introdujera. Todas las piezas contaban con una voz en *off* que narraba lo sucedido y contaban con un acompañamiento musical, diferente en cada pieza, que aportaba un mayor dinamismo. Dentro de las piezas también se incluían pequeños grafismos en la parte inferior de la imagen, con los que se identificaban a los protagonistas de las historias.

La segunda etapa (1995-2005) supuso una completa ruptura con lo que había sido hasta ese momento *Lo + Plus*; se creó una nueva versión del programa que, esta vez sí, se podía calificar como magacín social (Rivas, 1995). Esta segunda propuesta fue la que mayor relevancia y repercusión alcanzó: fue galardonada con un Premio Ondas en 1996 y una Antena de Oro en 1998 (*El País*, 1998a; Premios Ondas, s. f.). Por ello, el periodo 1995-2005 es en el que se va a centrar el análisis de este trabajo.

Esta segunda versión de *Lo + Plus* se estrenó el 4 de abril de 1995, poco después del cambio que se produjo en la directiva de la cadena, cuando Carlos Abad tomó el mando de *Canal Plus*. El formato no fue una creación original de *Canal Plus* España, sino una adaptación del espacio *Nulle part ailleurs*, diseñado por su homólogo francés a finales de los 80 (Álvarez, 2020).

El interés por crear esta nueva versión de *Lo + Plus* era contar con un nuevo espacio de autopromoción para la cadena aprovechando que iba a ser retransmitido en abierto. El propio Carlos Abad describió el programa, en sus inicios como “‘una ventana’ por la que se asomarán contenidos básicos de la cadena de pago: cine, deportes, cultura, espectáculo” (Rivas, 1995).

A pesar su intención promocional, la propuesta logró una buena y rápida acogida entre la audiencia; en tan solo un año se consolidó y encontró su público entre los jóvenes y las familias (Rivas, 1996). Dicha audiencia demostró una gran fidelidad al programa, el cual se mantuvo en antena hasta 2005, momentos antes del fin de las retransmisiones analógicas de la cadena.

Según una de sus colaboradoras y presentadoras, Ana García-Siñeriz, el espacio logró mantenerse activo tanto tiempo por la despreocupación de la cadena por los índices de audiencia, lo cual les granjeaba una gran libertad: “no estábamos sujetos a la tiranía de la audiencia: un día traíamos personajes televisivos que siempre nos hacían subir los espectadores, y al día siguiente Juan Luis Arsuaga o un violinista que no conocían más que los melómanos” (Montañez, 2011).

Lógicamente, tantos años en activo conllevaron la realización de cambios a diversos niveles para que *Lo + Plus* se mantuviera como un espacio relevante a lo largo del tiempo. Las modificaciones más importantes que sufrió el espacio se pueden englobar en cuatro cuestiones o elementos principales: presentadores, estética, estructura y contenido.

#### **a) Presentadores**

El programa inició su trayectoria contando con dos presentadores: el periodista Máximo Pradera y el exdiplomático Fernando Schwartz (Figura 40). Se trataba de una pareja peculiar y antagónica; una contraposición completamente intencional según Pradera (Pascual, 2019). Schwartz era un hombre mayor que actuaba de forma diplomática, mientras que Pradera era el joven irreflexivo que lograba crear situaciones comprometidas.

**Figura 40: Máximo Pradera y Fernando Schwartz**



**Fuente: (Carmona, 2019)**



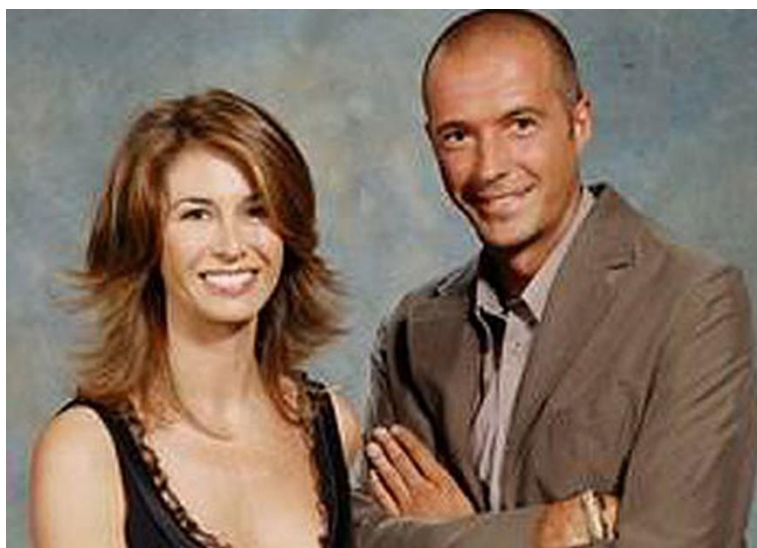
En el verano de 2001, al final de la temporada 00-01, Pradera anunció su salida del programa para iniciar un nuevo proyecto en *Antena 3* (Ortiz, 2001). Tras su marcha, Ana García-Siñeriz ocupó su lugar junto a Schwartz, y se añadió una tercera persona, Ramón Arangüena, lo que rompió la dualidad de presentadores que se había establecido hasta el momento (Figura 41) (Rivas, 2001a). Schwartz y García-Siñeriz eran los que mayor peso tenían dentro del espacio, lo que relegaba a Arangüena a un papel de presentador de apoyo. Tanto García-Siñeriz como Arangüena eran previamente colaboradores del programa.

**Figura 41: Ramón Arangüena, Ana García-Siñeriz y Fernando Schwartz**



**Fuente: (Rivas, 2001b)**

**Figura 42: Ana García-Siñeriz y Manu Carreño**



**Fuente: (El País, 2004b)**

Unos años más tarde, tras la temporada 03-04, Schwartz y Arangüena abandonaron el programa (Baragaño, 2004; Lakunza, 2020). En su lugar entró el periodista Manu Carreño (*El País*, 2004a), hasta ese momento locutor en *Onda Cero*, de forma que se volvió a contar con una pareja de presentadores: García-Siñeriz y Carreño (Figura 42).

## b) Estética

Al igual que los conductores del programa fueron variando a lo largo del tiempo, también lo hizo el factor estético del programa. La principal representación de este elemento se plasmó en el plató donde se realizaba gran parte del espacio. Se pueden identificar hasta tres diseños diferentes, aunque no hubo grandes variaciones entre ellos.

El primer diseño se empleó desde el inicio del programa, en 1995, hasta la temporada 01-02. Se trataba de un plató con una marcada estética minimalista en la que predominaba el color blanco (Figura 43). En el centro del plató, sobre una plataforma, se situaba una mesa triangular donde transcurría el grueso del programa.

**Figura 43: Primer plató *Lo+ Plus***



**Fuente: (Luis Molina, 2019a)**

En torno a la mesa del plató se situaban los invitados, los presentadores y los colaboradores, sentados en sillas de oficina negras. Su disposición siempre era la misma, en uno de los lados se situaban los invitados, en otro los presentadores (Pradera a la

izquierda y Schwartz a la derecha) y, en el tercer lado se situaban los colaboradores (Figura 44).

**Figura 44: Disposición en mesa – *Lo + Plus***



**Fuente: (Luis Molina, 2019a)**

Tras la plataforma en la que estaba la mesa se situaban dos elementos muy importantes y característicos del programa: la banda y el público. La banda se encontraba en una zona elevada, sobre la puerta de entrada al plató, a la que se accedía por unas escaleras (Figura 45).

**Figura 45: Disposición banda – *Lo + Plus***



**Fuente: (maximo pradera, 2003)**

Su función era generar música en directo que acompañaba los distintos sucesos de *Lo + Plus*, como, por ejemplo, actuaciones de los invitados (Figura 46). Además, realizaba un papel muy importante como recurso de transición; la banda tocaba cuando comenzaba el programa, cuando finalizaba, cuando se realizaban pausas publicitarias y cuando se iniciaban y finalizaban las diferentes secciones e intervenciones de los colaboradores.

**Figura 46: Banda – *Lo + Plus***



**Fuente: (maximo pradera, 2003)**

Por otra parte, el público estaba sentado en una especie de gradas divididas en cuatro grupos diferentes. La mitad del público se sentaba en un espacio situado a la misma altura que la banda y, la otra mitad, estaba situada a nivel del suelo. A su vez, la banda servía para dividir al público en otros dos grupos, el derecho y el izquierdo; habitualmente, cada uno de esos grupos se sentaba tras el invitado o tras los presentadores (Figura 47). En conjunto se formaba un semicírculo que rodeaba la mesa.



**Figura 47: Disposición público en plató – *Lo + Plus***



**Fuente: (Señor Huesos, 2017a)**

En el plató también había colocadas diferentes pantallas que permitían ver los vídeos e imágenes que se estaban retransmitiendo. Había una pantalla grande colocada cerca de la mesa y de los invitados (Figura 48).

**Figura 48: Pantalla grande – *Lo + Plus***



**Fuente: (Luis Molina, 2019a)**

El resto de pantallas eran pequeños televisores esparcidos por la zona de la banda y del público (Figura 49).

**Figura 49: Pantallas pequeñas – *Lo + Plus***



**Fuente: (maximo pradera, 2003)**

El segundo diseño del plató estuvo vigente desde la temporada 02-03 hasta la 03-04, ambas incluidas. Se trataba de una actualización del primer plató, que acompañaba, de forma tardía, el cambio que se había producido en el programa con la salida de Pradera de *Canal Plus*.

**Figura 50: Segundo plató - *Lo + Plus***



**Fuente: (Luis Molina, 2019b)**

Se sustituyó el blanco absoluto del plató, que fue tan característico, por un espacio en el que había más colores. Además del blanco se añadieron el gris, el rojo, el naranja y el marrón. Este último se utilizaba para las plataformas, como en la que se colocaba la mesa, y para las gradas del público (Figura 50).

También cambiaron la disposición de tres elementos: público, banda y pantallas (Figura 50). El público era ahora una sola grada, sin divisiones, situada tras el invitado y a la derecha de la entrada al plató. Por su parte, la banda se encontraba frente al público, al otro lado del plató, sobre una plataforma similar a la utilizada para colocar la mesa, lo que hizo desaparecer las escaleras que había anteriormente. Por último, las pantallas se redistribuyeron por todo el espacio, pero solo las pequeñas puesto que la grandes había sido eliminada.

El tercer y último diseño estuvo vigente en la última temporada del programa, la 04-05. Este fue, en cierta forma, una vuelta a los orígenes estéticos del programa. Desaparecieron todos los colores y, nuevamente, el blanco fue el único protagonista en el espacio (Figura 51).

**Figura 51: Tercer plató - *Lo + Plus***



**Fuente: (recuerda la televisión | 2, 2020)**

El público volvió a dividirse en dos grupos, uno de los cuales se situaba tras el invitado. Ambos grupos estaban separados por las escaleras que descendían los invitados,

presentadores y colaboradores para entrar al plató, y la pantalla grande, que también regresaron (Figura 51). La banda recuperó su posición original en lo alto del plató; aunque, en esta ocasión, se situó encima del público que se encontraba tras el invitado (Figura 52).

**Figura 52: Disposición banda - Tercer plató - *Lo + Plus***



**Fuente: (recuerda la televisión | 2, 2020)**

Por último, cabe destacar que, por primera vez, la forma de la mesa donde se realizaba el programa cambió de forma. En esta ocasión se optó por una mesa redonda, aunque no era un círculo completo, lo que le aportaba un toque desenfadado (Figura 51). También es importante señalar que, en este tercer diseño, la mesa no estaba situada sobre una plataforma. Se evidencia en estas composiciones el papel destacado del público en este programa, así como la función de la música, elemento fundamental del entretenimiento.

### **c) Estructura**

La estructura utilizada por *Lo + Plus* era, aparentemente, simple (Tabla 4). El programa, conformado por *sketches* y secciones varias, se desarrollaba en torno a una entrevista a una personalidad famosa, normalmente del mundo de la cultura o del espectáculo. Dicho invitado acudía bajo el pretexto de promocionar su último trabajo



(libro, película, disco...). Por ejemplo, el primer invitado fue Pedro Almodóvar (J. De Luna, 1995), coincidiendo con el estreno de su película *La flor de mi secreto* (1995).

**Tabla 4: Escaleta *Lo + Plus***

| Contenido                 | Descripción                               | Duración |
|---------------------------|-------------------------------------------|----------|
| Cabecera                  | Cabecera del programa con sintonía        | 10''     |
| Presentadores             | <i>Sketch</i> o monólogo humorístico      | 2'-3'    |
| Presentadores e invitados | Entrevista con recursos audiovisuales     | Variable |
| Vídeo/Colaborador         | <i>Sketch</i> o sección de un colaborador | 5'       |
| Presentadores e invitados | Entrevista con recursos audiovisuales     | Variable |
| Vídeo/Colaborador         | <i>Sketch</i> o sección de un colaborador | 5'       |
| Presentadores e invitados | Entrevista con recursos audiovisuales     | Variable |
| Vídeo/Colaborador         | <i>Sketch</i> o sección de un colaborador | 5'       |
| Presentadores e invitados | Entrevista con recursos audiovisuales     | Variable |
| Presentadores             | Despedida                                 | 50''     |

**Fuente: Elaboración propia**

**Figura 53: Inicio monólogo satírico - *Lo + Plus* (1-10-96)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2017b)**

El programa comenzaba con la emisión de la cabecera, tras la cual el espacio contaba con un breve inicio humorístico, del que hubo, principalmente, dos versiones. En los primeros años, se realizaba un pequeño monólogo satírico sobre uno o varios sucesos de

actualidad. Habitualmente, este corría a cargo de Pradera y se llevaba a cabo en un espacio alejado de la mesa de entrevistas (Figura 53).

La segunda forma de iniciar el programa consistía en la realización de un pregrabado con los invitados. Esto suponía la realización de un pequeño *sketch* humorístico, completamente guionizado, para comenzar el programa de forma distendida (Figura 54).

**Figura 54: Inicio pregrabado - *Lo + Plus* (29-11-01)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2020)**

Tras estos instantes humorísticos iniciales, los presentadores daban la bienvenida al programa y se procedía a realizar la entrevista. Las entrevistas, en gran parte guionizadas previamente, indagaban en la carrera del invitado, su nuevo trabajo y, hasta cierto punto, en su vida privada (Otero, 2019). Cabe destacar que, a pesar del tono humorísticos y de entretenimiento que tenía el programa, todas las entrevistas se desarrollaban empleando un tratamiento de usted hacia el invitado; esto solo cambió en la última temporada, cuando se empezó a tutear a los invitados.

A lo largo de la entrevista se emitían, de forma esporádica, vídeos que ilustraban aquello de lo que se estaba hablando. Por ejemplo, en la entrevista realizada a Suzanne Vegas en octubre de 1996, se emitieron fragmentos de algunos de sus *videoclips* (Figura 55).

**Figura 55: Fragmento videoclip Suzanne Vega - *Lo +Plus* (1-10-96)**



Fuente: (Señor Huesos, 2017b)

#### d) Contenidos

Además de estos vídeos, a lo largo de la entrevista se distribuían diferentes elementos que añadían dinamismo, entretenimiento, humor e información al programa. Estos eran, principalmente, de tres tipos: *sketches*, colaboradores y microespacios.

**Figura 56: *Sketch - Lo + Plus* (29-11-01)**



Fuente: (Señor Huesos, 2020)

En primer lugar, podían ser *sketches*, habitualmente realizados por los presentadores y colaboradores del programa, en los que se tendía a ofrecer una visión crítica y humorística de algún aspecto de la actualidad. Por ejemplo, el 29 de noviembre de 2001, Arangüena protagonizó un *sketch* en el que, mediante el humor, se exponía la problemática del cambio de la peseta al euro (Figura 56).

El segundo elemento con el que se conseguía añadir dinamismo al programa eran los colaboradores. Se trataba de personas que, a lo largo de programa, realizaban diferentes intervenciones mediante las que interactuaban con los invitados. Para ello, los colaboradores podían utilizar, principalmente, dos métodos: personajes ficticios y microespacios.

Por un lado, podían encarnar personajes ficticios, los cuales se usaban de forma recurrente o esporádica. En esta categoría destacaron los humoristas Javier Coronas, presente desde la temporada 01-02 hasta la 04-05 (Figura 57), y Joaquín Reyes (temporada 04-05), este último hacía un único personaje: Roberto Picazo (Figura 58).

**Figura 57: Dr. Espasmos (Javier Coronas)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2020)**

**Figura 58: Roberto Picazo (Joaquín Reyes)**



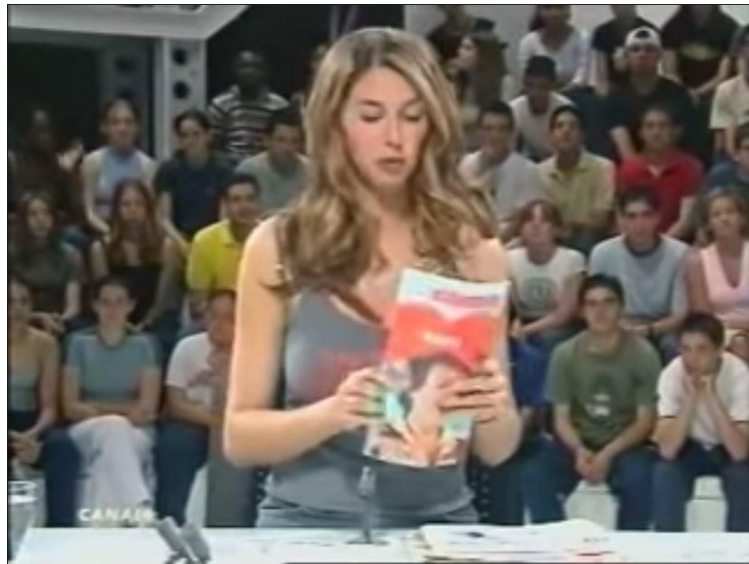
**Fuente: (videosbuenafuente, 2008)**

El segundo método al que podían recurrir los colaboradores para realizar las intervenciones eran los microespacios que conducían. Este tipo de intervención se caracterizaba por contar con una periodicidad, ofrecer espacios monotemáticos, desarrollarse siempre en plató (mayoritariamente en la mesa de las entrevistas) y emplear diferentes tipos de objetos y vídeos como apoyo (podían ser montajes, *sketches* o fragmentos de otras piezas audiovisuales).

Estos microespacios no solían tener nombre propio, eran conocidos por el nombre del colaborador que realizaba ese espacio. Los más relevantes fueron los conducidos por Ana García-Siñeriz, Yoshio Murakami, Ramón Arangüena y Nico Abad.

Ana García-Siñeriz estuvo como colaboradora desde la temporada 94-95 hasta la 00-01. Realizaba un espacio en el que hablaba sobre novedades de la gran pantalla, estrenos fílmicos que se iban a producir en la cadena, e información variada sobre el mundo del cine (Figura 59). Este microespacio era una versión resumida del programa *Primer Plano* que ofrecía *Canal Plus* desde la temporada 90-91, y complementaba la oferta cinematográfica de la cadena.

**Figura 59: Microespacio de Ana García-Siñeriz (20-7-01)**



**Fuente: (Revista El Duende, 2015)**

Yoshio Murakami condujo, desde la temporada 94-95 hasta la 96-97, un espacio conocido como *El rincón saludable*. En él se hablaban de remedios caseros a diferentes problemas del día a día como, por ejemplo, cuidar a un cachorro o superar el dolor de pies (Figura 60).



**Figura 60: Microespacio de Yoshio Murakami (11-12-96)**



**Fuente: (Manu Guinarte, 2013)**

Ramón Arangüena ejerció de colaborador desde la temporada 97-98 hasta la 00-01, conduciendo un microespacio sobre inventos insólitos (Figura 61). Se dedicaba a buscar diferentes objetos o elementos llamativos para, posteriormente, enseñarlos en el programa y generar humor a su costa.

**Figura 61: Microespacio Ramón Arangüena (1998)**



**Fuente: (cami272727, 2012)**

Nico Abad estuvo presente durante la temporada 03-04, realizando un microespacio dedicado al análisis de la actualidad deportiva, siempre en clave de humor, algo que servía para completar la amplia oferta deportiva que ya contenía *Canal Plus*. No obstante, este espacio no se centraba únicamente en hablar de fútbol u otra práctica deportiva que ya retransmitiese la cadena; al igual que el espacio de Arangüena, el espacio de Abad también trataba de buscar eventos y sucesos deportivos insólitos, como, por ejemplo, la celebración del Campeonato de Piedra, Papel, Tijera.

**Figura 62: Microespacio Nico Abad (2003)**



**Fuente: (Luis Molina, 2019b)**

Mención aparte dentro de los colaboradores merece la actriz Chus Lampreave, quien estuvo en *Lo + Plus* desde la temporada 94-95 hasta la 96-97. Encarnaba el papel de la encargada de la centralita del programa (Figura 63); desde donde hacía conexión en directo con el plató para plantear preguntas descabelladas a los invitados, que supuestamente habían sido realizadas por los espectadores.

**Figura 63: Chus Lampreave (11-12-96)**



**Fuente: (Manu Guinarte, 2013)**

Finalmente, el último elemento con el que se enriquecía la entrevista del programa eran los microespacios. Estos, al contrario que los microespacios de los colaboradores no tendían a realizarse dentro del plató, tampoco eran conducidos por una sola persona, rara vez generaban interacción con el invitado, contaban con cabera inicial y créditos finales propios para delimitarlos dentro de *Lo + Plus*, y, mayoritariamente, eran creadas por productoras externas.

Estos microespacios fueron principalmente utilizados durante los años 90. A partir del año 2000, cuando la cadena se centró en la plataforma, su uso fue cada vez menor, favoreciendo el tiempo en pantalla de los colaboradores, lo que abarataba los costes de realización.

A pesar de no estar presentes durante toda la vida del programa, se llegaron a realizar más de 10 microespacios diferentes. No todos fueron igualmente relevantes, por ello, en este trabajo se ha realizado una selección y solo se van a explicar en mayor profundidad los que se consideran más importantes: *Canal One*, *La Saga de los Clark*, *Zapping* y *Las noticias del guiñol*.

*Canal One*, popularmente conocido como *Canalone*, fue creado en la temporada 98-99. Se trataba de una serie de *sketches*, de unos dos minutos de duración, que seguían un mismo hilo temático, como si se tratase de una miniserie de televisión (Figura 64).



**Figura 64: Cabecera *Canal One***



**Fuente: (Movistar+, 2008b)**

El espacio basaba su historia en la vida de la esperpéntica familia Marañón, la cual había creado su propio canal de televisión en su casa, con el que compartían con el resto de España sus vidas, pensamientos y experiencias (Figura 65).

**Figura 65: *Canal One***



**Fuente: (websarachu, 2012)**

El microespacio fue una producción de *Strange Fruit*, dirigido por Luis Guirdi y conformado por un total de 200 episodios (Sarachu, s. f.), trataba de satirizar la televisión y de plasmar, de forma irónica, a la sociedad española. En palabras del propio Guirdi:

[*Canal One* es] un retrato grueso de la España en que vivimos, vista por una familia de clase media preocupada por los problemas económicos, la educación de los hijos o el racismo, que posee todos y cada uno de los defectos que se pueden aplicar a los españoles... Son gentes que reciben en su casa una avalancha de programas de televisión y los devuelven transformados a su manera. (R. G. Gómez, 1998)

Un concepto similar al utilizado en *Canal One* fue anteriormente empleado por *La Saga de los Clark* en la temporada 97-98 (Figura 66). Nuevamente se trataba de una serie de *sketches* de unos dos minutos de duración que, contaban una misma historia, a modo de miniserie.

**Figura 66: Cabecera *La Saga de los Clark***



**Fuente: (ELTRICICLE, 2014)**

En esta ocasión, el espacio seguía la historia de la familia Clark, herederos de un gran imperio mediático que tenían muchos problemas personales (Figura 67). Se trataba de una sátira de los culebrones televisivos, pero marcadamente exagerado. *La saga de los*

*Clark* fue una creación de Paco Mir, componente de la compañía teatral Tricicle, producida por Trivideo y que contó con un total de 64 episodios (Compañía Teatral Tricicle, s. f.).

**Figura 67: *La Saga de los Clark***



**Fuente: (ELTRICICLE, 2014)**

*Zapping*, creado en la temporada 94-95, fue uno de los microespacios que mayor repercusión alcanzó en la historia de la televisión en España (Figura 68). La idea era relativamente simple, y en la actualidad muy conocida, aunque novedosa en aquel momento ya que ninguna otra cadena en España contaba con un concepto similar en ese momento (Aparicio, 2016).

El espacio se centraba en ofrecer, en solo unos minutos, los momentos más destacados que habían sucedido en las principales cadenas españolas en las últimas jornadas. Por ejemplo, un presentador que se equivoca en directo, o un baile llamativo realizado en algún otro programa (Figura 69). La repercusión del microespacio fue tal que *Zapping* obtuvo su propio programa en *Canal Plus* en la temporada 98-99, aunque siguió presente en *Lo + Plus*. Cabe destacar que, a raíz de esta sección, surgieron programas similares en otras cadenas (como *La batidora*, en Antena 3, u *Homo Zapping* (2003-2007), también en la misma emisora).

**Figura 68: Cabecera Zapping (2001)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2020)**

**Figura 69: Zapping (1-10-96)**



**Fuente: (Señor Huesos, 2017b)**

Por último, para concluir el análisis a los microespacios más relevantes de *Lo + Plus*, es necesario hablar en profundidad de *Las noticias del guiñol* (Figura 70), mencionado anteriormente en este capítulo. Este espacio fue, sin lugar a duda, el más importante del programa, y una de las grandes señas identitarias de *Canal Plus*.

**Figura 70:** Cabecera *Las noticias del guiñol* - *Lo +Plus* (1-10-96)



**Fuente:** (Señor Huesos, 2017b)

Como tantos elementos de *Lo + Plus*, *Las noticias del guiñol* fue un espacio importado del magacín francés *Nulle part ailleurs*. La idea base del espacio era, partiendo del humor, ofrecer un contrainformativo con el que satirizar la actualidad del país mediante *sketches*. Aunque, a diferencia de la versión francesa, la versión española era más benevolente con los contenidos que ofrecía; en palabras de García-Siñeriz:

Empezamos a importar otros formatos, como Los Guiñoles de Canal+ Francia, donde eran un exitazo con un sentido del humor salvaje, más del que el pudiéramos tener aquí. Me acuerdo cuando estaba a punto de morir Mitterrand que hacían unos *sketches* que rozaban el mal gusto. Los guiñoles franceses eran irreverentes con un espíritu corrosivo que aquí no se hubiera entendido. (Legasa, 2020)

Para ello, el espacio hacía uso de los denominados guiñoles, unos muñecos de látex que reproducían, de manera algo caricaturesca, a personajes conocidos de la sociedad española, como, por ejemplo, José María Aznar, antiguo presidente del Gobierno (Figura 71). No se trataba de simples marionetas, sino de muñecos de proporciones reales realizadas por un único artesano francés, Alain Duverne; cada uno necesitaba tres actores para poder ser operado: dos le daban movimiento, y uno les ponía voz (Martínez, 1995).



**Figura 71: Guiñol Aznar (1997)**



**Fuente: (Manu Guinarte, 2017)**

*Las noticias del guiñol* se incorporó a *Lo + Plus* en la temporada 95-96 contando, inicialmente, con 14 muñecos del guiñol diferentes (Martínez, 1995). En ese primer momento el microespacio duraba 5 minutos y se realizaba en una zona del plató, diferente a donde se realizaban las entrevistas (Figura 72). A pesar de ello, no se producía ninguna interacción con los invitados, solo había un breve intercambio de palabras con Pradera y Schwartz al dar paso a los guiñoles.

**Figura 72: Localización *Las noticias del guiñol* en el plató de *Lo + Plus***



**Fuente: (Señor Huesos, 2017b)**

Dentro del desarrollo del microespacio se diferenciaban claramente dos partes. La primera era la que se llevaba a cabo en el falso plató de informativos, la cual se realizaba sobre un fondo blanco en el que aparecía el escrito *Las noticias del guiñol* (Figura 73). Esta parte tenía como objetivo simular el entorno de un plató de informativos y, en ella, el guiñol que ejercía de presentador, Hilario Pino, narraba los acontecimientos y daba paso a la segunda parte del microespacio.

**Figura 73: Guiñol Hilario Pino presentando desde el plató de *Lo + Plus***



**Fuente: (ALCOYANILLO094, 2021)**

La segunda parte se llevaba a cabo sobre un fondo negro. En ella se recreaban las declaraciones de los protagonistas del hecho noticioso al que se había dado paso (Figura 74). Ambas partes, plató de informativos y declaraciones, se intercalaban a lo largo de todo el microespacio.

El microespacio tuvo tal éxito durante esa primera temporada que estuvo en *Lo + Plus* que, en la temporada siguiente, 96-97, se le concedió un espacio propio fuera del programa (Prades, 1996). A partir de ese momento los guiñoles, que iban a continuar formando parte del magacín, contarían con un espacio semanal de 30 minutos, nuevos personajes para su elenco y, también, un plató propio.

**Figura 74: Guiñol de Jesulín de Ubrique declarando en el plató de *Lo + Plus***



**Fuente: (ALCOYANILLO094, 2021)**

Este cambio también afectó a *Las noticias del guiñol* que se emitían en *Lo + Plus*. Puntualmente se le concedía más tiempo dentro del programa; además, el conjunto del microespacio ya no se limitaba a la composición en dos partes anteriormente explicada, sino que se emitían *sketches* realizados en un espacio ajeno al plató del magacín (Figura 75).

**Figura 75: *Las noticias del guiñol* - *Lo + Plus* (1996)**



**Fuente: (Lozz-o-Rama, 2019)**



En la temporada siguiente, 97-98, el programa de *Las noticias del guiñol* cambió su denominación por *La semana del guiñol* (Figura 76), un cambio relativamente menor puesto que no supuso una variación importante en el contenido del programa. Sin embargo, este suceso fue el precedente de otro mucho más relevante: la desaparición de los guiñoles de *Lo + Plus*.

**Figura 76: Cabecera *La semana del guiñol***



**Fuente: (Mario BS VHS, 2018)**

En la temporada 98-99 se anunció que el microespacio abandonaría el magacín de forma definitiva. Contrariamente a los que pueda parecer, la noticia no fue tomada de forma negativa por los componentes de *Lo + Plus*, según Pradera y Schwartz, los muñecos restringían demasiado el dinamismo del programa (Gallo, 1998b).

La ruptura del magacín con los guiñoles propició la expansión y crecimiento de estos últimos: empezaron a convivir los programas *Las noticias del guiñol* y *La semana del guiñol*, comenzaron a aparecer en otros programas de *Canal Plus* como *El día después*, crecieron hasta contar con 150 personajes diferentes y se crearon escenarios mucho más elaborados en los que se mezclaba la sátira de actualidad con la cultura popular. Por ejemplo, hubo un *sketch* en el que se retrató la relación entre Aznar y Pujol como si se tratase de la historia entre Romeo y Julieta (Figura 77).

**Figura 77: Guiñoles de Aznar y Pujol vestidos como Romeo y Julieta**



**Fuente: (ALCOYANILLO094, 2021)**

Tras la desaparición de *Canal Plus* como cadena analógica, los guiñoles permanecieron en antena en *Cuatro* hasta 2008 (20 minutos, 2008). Dejaron tras de sí un gran impacto que se reflejó, principalmente, en dos cuestiones. En primer lugar, en los numerosos premios que obtuvieron, entre los que destacan 3 premios Ondas, 5 premios de la Academia de Televisión y 2 Antenas de Oro (Gallo, 2008).

Y, en segundo lugar, en la considerable repercusión social que tuvo en todos los niveles. Por una parte, las expresiones más recurrentemente de los guiñoles, como "buenas noches, noches", trascendieron el espacio televisivo y pasaron a ser utilizadas, de forma frecuente en la calle (El País, 1997b).

Por otro lado, las críticas satíricas que se presentaban de forma continuada en el programa llegaron a causar verdadero impacto a nivel político. Uno de los ejemplos más claros de ello se produjo el 4 de abril de 1997, cuando el periódico *ABC* publicó, en portada, que *Las noticias del guiñol* era un espacio que se centraba en atacar al PP, partido gobernante en esa época, y que ese mismo partido consideraba que era necesario actuar al respecto:

El programa 'Las noticias del guiñol' que emite una cadena privada de televisión es, a juicio de destacados dirigentes del PP, una burla descarada de José María Aznar y

sus colaboradores, que no persigue otro objetivo que erosionar la figura del presidente del Gobierno, potenciar bajo una crítica manipulada al líder socialista Felipe González y destrozar en el seno del PSOE a los antifelipistas. Sectores cualificados del PP creen necesario responder con la puesta en marcha de un 'contraguiñol' en otro canal, considerado el perjuicio que a los intereses electorales del PP está causando 'Las noticias del guiñol', espacio al que dedica su mejor propaganda el diario felipista. (ABC, 1997)

## Conclusiones

En los capítulos anteriores han quedado plasmados los 15 años de historia analógica de *Canal Plus* España a través de sus contenidos programáticos. Este último apartado tiene como objetivo presentar conclusiones sobre los objetivos propuestos. Para ello, se parte de una visión general de esta investigación para, posteriormente, abordar aspectos más concretos y detallados; finalmente, se realiza una reflexión sobre las posibles líneas de trabajo futuras.

Esta investigación surgió de la necesidad de comprender mejor la situación actual de la televisión de pago en España. Para lo cual se partió de la idea básica de que, para poder comprender el presente, es necesario entender al pasado. Por ello esta investigación se situó en el origen español de este servicio, *Canal Plus* España. En concreto, la atención se centró en la estrategia programática de la cadena, un elemento largamente ignorado, con el que se especulaba que fue clave para su éxito, y por ende el de la televisión de pago en general.

De hecho, tal hipótesis resultó acertada, como ha quedado demostrado en los capítulos anteriores. *Canal Plus* España introdujo un modelo de televisión de pago en el que, pese a no tener que luchar por la audiencia, debía conseguir atraer suscriptores que permitieran su viabilidad económica. Para ello, la cadena se centró en ofrecer contenidos novedosos, exclusivos e innovadores.

Todo esto tuvo dos grandes consecuencias. Por una parte, estableció una oferta basada en el tipo de contenidos que interesaban a los suscriptores (ficción, deportes, documentales...), que sigue constituyendo el punto de partida para la oferta de la

televisión de pago en este país. Por otro lado, en su afán por emitir contenidos diferentes, la cadena reformuló programas ya establecidos e introdujo nuevas tecnologías que mejoraron la experiencia televisiva. Para entender las decisiones programáticas de *Canal Plus* España es necesario tener presente que, al ser una televisión de pago, se guiaba por la búsqueda del beneficio económico obtenido por medio de la satisfacción de sus abonados. Estos objetivos condicionaron su comportamiento y sus acciones.

El nacimiento de *Canal Plus* España se produjo gracias a la existencia de tres hitos clave. El primero de ellos fue el origen mismo de la televisión de pago en Occidente, es decir, la *HBO* estadounidense. Esta pionera estableció, en la década de los 70, un sistema combinado de cable y satélite que le permitió llevar la televisión de pago a todo Estados Unidos. De esa forma se estableció como un referente en el mercado tanto en su país de origen como en el continente europeo.

El segundo hito importante en este proceso fue la desregulación televisiva europea, concretamente, la ocurrida en Francia. El país galo fue el primer país europeo que creó un canal de televisión de pago en 1984 y, a su vez, planteó una jurisprudencia para el mismo que respetara la tradición televisiva europea y el mercado audiovisual nacional. Dichas acciones fueron imitadas por otros países y su canal, *Canal Plus* Francia, se expandió llegando a lugares como España.

El tercer y último hito importante que permitió la creación de *Canal Plus* España fue la desregulación televisiva del país. Con el fin del monopolio público en España a principios de los 90, se inició una nueva fase de la historia televisiva del país que estaría marcada por el surgimiento de las cadenas privadas. Entre ellas se creó *Canal Plus* España como resultado de la acción conjunta entre *Canal Plus* Francia y la empresa de comunicación española *Grupo Prisa*.

La conjunción entre el fin del monopolio, la consideración de la televisión como un servicio gratuito, y el temor del Gobierno ante la liberalización del mercado, resultó en la creación de la Ley de Televisión Privada, a finales de los 80, para controlar la actividad de las nuevas cadenas. En ella se establecieron, como se ha explicado, cuestiones que afectaban directamente a los contenidos que se ofertaban:

- El 15% de la producción debía ser propia.

- El 40 % de la producción debía provenir de países europeos.
- El 55% de los contenidos debían ser en lengua española desde su origen.
- El 40% de las películas comerciales mensuales debían ser europeas y, de esas, el 50% debían ser españolas.
- Se debía retransmitir un mínimo de cuatro horas diarias, no contando para este cómputo la emisión de programas repetidos, espacios consistentes únicamente en imágenes fijas, ni publicidad.

Esta última cuestión impactó especialmente el funcionamiento de *Canal Plus* España, tal y como se refleja en el análisis realizado en el capítulo primero, puesto que era contraria al propio concepto de televisión de pago, en el que no se contemplaban la emisión de contenidos gratuitos. No obstante, lejos de lo que pudiera parecer, este aparente hándicap se transformó en una gran ventaja para la cadena y un importante recurso que formó parte de la seña identitaria del canal.

Utilizando como referencia las actuaciones de su predecesor *Canal Plus* Francia, quien se enfrentó a una situación similar, la cadena española apostó por la completa integración de los contenidos disponibles para toda la audiencia (en abierto) y los exclusivos para suscriptores (codificados). Con ello, el canal huía de la, a priori, obvia opción de segregar ambos tipos de contenidos y relegar las emisiones en abierto a las horas con menor audiencia, para apostar por una hibridación en la que todos los contenidos tuvieran relevancia.

Esta decisión llevó a la cadena a diseñar una distribución en parrilla en la que las emisiones en abierto estaban presentes en la mayoría de las franjas horarias: mañana, sobremesa, tarde y *prime time*. Normalmente, de lunes a viernes, los contenidos en abierto se agrupaban en bloques de hora y media o dos horas, empezando a las 7:30h u 8:00h. Entre dichos bloques se intercalaban espacios de cuatro horas de contenidos codificados. En los fines de semana se contaba con una distribución más flexible de los contenidos en abierto, agrupados en bloques similares a los del resto de la semana, dependiente de los contenidos en codificado que se hubieran programado.

Sin embargo, es preciso señalar que, pese a que todos los contenidos de la cadena eran relevantes y estaban en la parrilla con una intencionalidad concreta, no todos tenían el mismo valor para el canal: existía una jerarquía en función de su valía. En la parte

dominante de dicha jerarquía se encontraban los contenidos codificados, aquellos que eran capaces de generar más ingresos, conformados, principalmente, por la oferta deportiva, de ficción, taurina y cultural. Dentro de estos, los más importantes eran aquellos con capacidad para desplazar a otros en la parrilla como, por ejemplo, los encuentros futbolísticos. Los segundos más relevantes eran aquellos que contaban con una posición inalterable en la parrilla, como la película de estreno de las 22:00h.

Cabe señalar que parte importante del atractivo de los contenidos codificados residía en el factor exclusividad: solo podían ser vistos en esa cadena. Por ejemplo, dentro de los contenidos de ficción, la cadena emitió, por primera vez en España, películas pornográficas. Además, consiguió acortar los tiempos de espera entre las diversas ventanas cinematográficas, pudiendo emitir películas mucho antes que el resto de las cadenas. Otro ejemplo, dentro de la oferta deportiva, fueron los derechos de gran parte de los encuentros de la Liga que la cadena se aseguró, además de ofrecer modalidades deportivas con reducida presencia en otras cadenas, como el golf.

En la actualidad, las plataformas de pago y servicios *streaming* siguen utilizando estas mismas cuestiones como reclamo. El cine para adultos forma parte de la oferta de diversas plataformas. También plataformas como *DAZN* se han especializado en exclusiva en deportes, y los diferentes servicios de pago tratan de atraer suscriptores a través de la emisión de ficción exclusiva y estrenos casi inminentes.

Retomando la jerarquía de contenidos, tras la oferta codificada, en un segundo plano, se encontraban los espacios en abierto, compuestos, mayoritariamente, por contenidos informativos, miscelánea y musicales. Estos contenidos, pese a no presentar el atractivo intrínseco de los codificados, realizaban una muy importante labor para el canal. La cadena utilizó, desde el principio, las emisiones en abierto como una herramienta promocional: transmitían una imagen de exclusividad, daban a conocer sus contenidos codificados para conseguir nuevos suscriptores.

Es pertinente destacar el paralelismo existente entre este comportamiento y la manera de actuar de las plataformas *streaming* en la actualidad. De la misma forma en que *Canal Plus* España utilizaba los contenidos en abierto para captar abonados, las plataformas ofrecen un periodo gratuito de prueba en el que la audiencia puede explorar sus contenidos y, posteriormente, suscribirse a los mismos.

Por su parte, *Canal Plus* España, implementó el uso de los contenidos en abierto con fines promocionales, principalmente, de dos formas. En primer lugar, la cadena sacrificó ciertos contenidos pertenecientes a géneros de gran valor para ser retransmitidos en abierto y no en codificado. De esta forma, la cadena proporcionaba una pequeña muestra al futuro suscriptor de la calidad, exclusividad y variedad de su oferta codificada. Este fue el caso de ciertos contenidos deportivos, como encuentros futbolísticos de ligas menores (Segunda División de la Liga), o de los de ficción.

En el caso de los contenidos de ficción, la oferta en abierto se compuso, casi de forma íntegra, por series de ficción para el público infantil y el general. Resulta especialmente interesante la emisión de series infantiles en abierto puesto que estas conformaban la casi totalidad de la oferta infantil. Con ello, la cadena estaba configurando una imagen que pudiera resultar atractiva para las familias y, al mismo tiempo, fidelizando al público infantil, prácticamente olvidado en el resto de las cadenas, excepto *TVE2*.

Esta idea de fidelizar al público infantil fue especialmente relevante para la cadena a partir de 1997, cuando *Grupo Prisa* lanzó su plataforma de televisión digital (*Canal Satélite Digital*). En ese momento, la fidelización de la audiencia infantil se convirtió en un recurso para atraer suscriptores hacia la plataforma y convertir a los abonados del canal en abonados de la plataforma. También es preciso señalar que esta estrategia ha crecido en magnitud conforme el público infantil ha ido adquiriendo un mayor protagonismo; actualmente se ha transformado en un recurso recurrente para atraer a las familias a los diversos servicios de pago mediante la oferta de contenido infantil exclusivo.

La segunda estrategia con la que *Canal Plus* España implementó el uso promocional de las emisiones en abierto fue a través de la creación de programas propios. Estos espacios trataban de ser entretenidos para la audiencia. En muchos casos, actuaban como un claro complemento a las emisiones codificadas, ofreciendo suficiente contenido como para despertar el interés de la audiencia; por ejemplo, uno de estos programas fue el magacín taurino *En todo lo alto*, que conformaba un interesante tándem junto con las retransmisiones taurinas.

Así, los contenidos y los géneros ofrecidos por esta cadena deben vislumbrarse desde el punto de vista empresarial. En otras palabras, la cadena era, en última instancia, un elemento dentro de una empresa mayor, cuyo objetivo era la obtención de una rentabilidad económica. Inevitablemente, esta cuestión afectó al desarrollo del canal, que



vio su estrategia programática condicionada a los objetivos de su empresa matriz, *Grupo Prisa*. De hecho, en sus 15 años de vida analógica, la cadena atravesó cuatro etapas diferentes en las cuales su oferta y estrategia programática variaron en función de la situación empresarial en la que se encontraba *Canal Plus* España y, por extensión, *Grupo Prisa*: la primera de 1990 a 1993, la segunda de 1993 a 1996, la tercera de 1996 a 2000 y la cuarta de 2000 a 2005.

La primera etapa abarcó los tres primeros años de vida del canal (1990-1993), y englobó desde su nacimiento hasta el momento en el que la cadena obtuvo suficientes suscriptores como para ser económicamente viable. Este fue un periodo caracterizado por la inestabilidad, la cadena acababa de crearse y todavía se tenía que diseñar la oferta más idónea para los abonados.

Por eso, todos los esfuerzos empresariales se centraron en *Canal Plus* España. El objetivo era evitar que fuera un proyecto fallido. Todo ello llevó a configurar una estrategia programática de referencia para el resto del tiempo operativo de la cadena:

- Se configuró una librería de contenidos cinematográficos considerable.
- Se determinaron qué programas se destinarían a la emisión en abierto y cuáles a la codificada.
- Se establecieron los horarios más adecuados para la multidifusión de películas, la emisión de películas pornográficas, los espacios informativos y los programas en abierto de emisión regular.
- Se crearon programas a modo de experimentación y, en algunos casos, casi no volvieron a aparecer en la cadena. Por ejemplo, en este periodo se creó el primero de los dos concursos que emitió el canal.
- Se determinó qué prácticas deportivas resultaban más atractivas para los suscriptores mediante la oferta, durante este tiempo, de deportes muy diversos como, por ejemplo, sumo.
- Se crearon tratos con diferentes productoras que permitieron mejorar la oferta cinematográfica, documental y de reportajes; productoras como *Warner Media*, *National Geographic* o la *BBC*.
- Se establecieron los cortometrajes como elementos diferenciadores y como recurso para evitar huecos en parrilla.

Durante la segunda etapa, de 1993 a 1996, la cadena centró sus esfuerzos en mejorar su oferta para crecer como empresa, pero, en esta ocasión, sin la presión de necesitar alcanzar una seguridad económica. No obstante, al mismo tiempo, el *Grupo Prisa* comenzó a desarrollar su proceso de expansión en el sector mediante la creación de *Canalsatélite*, un servicio de televisión de pago por satélite compuesto por diversos canales temáticos: *Cinemanía*, *Documanía*, *Cineclassics*, *Minimax* y *Sportmanía*.

Esta situación provocó que la atención del *Grupo Prisa* se alejara de *Canal Plus* España, puesto que este ya era un servicio rentable, en favor del nuevo proyecto. Ello conllevó, por un lado, los primeros usos de todos los contenidos del canal como elementos promocionales de un servicio ajeno a la cadena en sí. Por otro lado, esta situación hizo que los contenidos de *Canal Plus* España mejorasen debido a los acuerdos que se estaban realizando para mejorar la oferta de *Canalsatélite*. Estas decisiones afectaron especialmente a los contenidos que contaban con un canal temático en la plataforma: documentales, cine, deporte y ficción infantil.

En la tercera etapa, 1996 a 2000, el proyecto de *Canalsatélite* evolucionó hasta convertirse en la primera plataforma de televisión digital del país en 1997: *Canal Satélite Digital*. Con ella, *Canal Plus* España encontró un rival dentro de su propia empresa matriz. A consecuencia de ello, los esfuerzos del grupo empresarial se centraron en la nueva plataforma, lo que relegó a la cadena a un segundo plano de manera general. Progresivamente el canal se fue transformando en un elemento promocional supeditado a *Canal Satélite Digital*; tanto contenidos en abierto como en codificado promocionaban la nueva plataforma.

Durante la cuarta y última etapa, de 2000 a 2005, la cadena pasó por completo a ser un elemento en segundo plano para *Grupo Prisa*. Lo importante era la consolidación de la plataforma. Por ello, el canal fue descuidado casi por completo, la programación se volvió menos estable. Por ejemplo, se crearon secciones especiales para justificar la reemisión de películas en *prime time* que no fueran estrenos cinematográficos recientes, algo que contrastaba con su idea de traer al abonado las últimas novedades.

El análisis en profundidad de tres programas de producción propia, o producidos para la cadena: *El día después*, *Epílogo* y *Lo + Plus* evidencian la apuesta por contenidos novedosos y innovadores. Fueron propuestas creativas arriesgadas que solo se podían desarrollar en *Canal Plus* España porque la cadena no respondía ante anunciantes.

*El día después*, magazín futbolístico creado en 1990, no partía de un concepto nuevo, pero, a diferencia de lo que se había hecho hasta la fecha, este programa introdujo un importante factor de entretenimiento y espectacularización con el que poder atraer a una audiencia mayor. Para ello, el espacio se desarrollaba en un tono distendido, donde tenía cabida la discusión y el análisis de todos los elementos que rodeaban a los encuentros deportivos como, por ejemplo, las acciones de los seguidores, que quedaban retratadas en secciones como *Lo que el ojo no ve*. También tuvo un papel importante el uso de innovaciones tecnológicas, algunas aplicadas igualmente a las retransmisiones de los encuentros, que permitieron realizar análisis detallados y utilizar grafismos digitales. Cabe notar que el legado e influencia de este programa sigue presente hoy en día en los diversos magazines deportivos, en los que el entretenimiento es lo primero.

*Epílogo* fue un programa de entrevistas creado en 1998 donde se hacía un repaso autobiográfico por la vida de diferentes personalidades. No obstante, a diferencia de todos los programas de entrevistas que se habían realizado hasta la fecha, las piezas de este espacio se emitían tras la muerte de sus protagonistas. Esto les confería a los entrevistados una libertad para contar lo que quisieran sin pensar en posibles consecuencias. A día de hoy, son escasos los programas similares que se hayan realizado, siendo uno de los más recientes el documental *Eso que tú me das* (Lara & Évole, 2020) sobre el cantante Pau Donés.

*Lo + Plus*, a partir de su reconfiguración en 1995, fue un magazín de corte social en el que, por medio de la entrevista a un invitado famoso, se diseñaban diversas secciones de entretenimiento, y autopromoción, empleando *sketches*, colaboradores y microespacios. En la actualidad es fácil encontrar y conocer programas, nacionales y extranjeros, con una fórmula similar, pero, en ese momento, *Canal Plus* fue el que lo introdujo en el país. Sin embargo, el impacto y alcance de este programa fue mucho más allá; de aquí salieron dos espacios icónicos que tuvieron una gran repercusión: *Zapping* y *Las noticias del guiñol*.

El espacio de *Zapping* consistía en la recopilación de los momentos más llamativos del día de entre todas las emisiones de las diferentes cadenas españolas. Esta idea es, en la actualidad, muy conocida puesto que, tras la creación de este espacio dentro de *Lo + Plus*, la práctica totalidad de las cadenas generalistas del país han contado con su propia versión del mismo.

Por su parte, *Las noticias del guiñol*, ofrecía un contrainformativo satírico sobre la actualidad política por medio de unos muñecos de látex. Este espacio llevaba al límite la propia libertad de expresión: ninguna figura pública estaba libre de sus críticas y nadie censuraba el espacio. Este tipo de emisión en abierta ha sido, por el momento, exclusiva de *Canal Plus* España debido a las circunstancias únicas del canal. Debido a que el espacio se retransmitía en una cadena de pago, el programa se encontraba libre de ceder ante presiones de anunciantes, una clase de libertad con la que no contaba ninguna cadena generalista española de entonces. En definitiva, *Canal Plus* España fue un canal pionero producto de su tiempo, que introdujo muchos cambios y una nueva forma de ver la televisión, como empresa y como espectador.

Tal y como se ha expresado anteriormente, esta investigación es solo un punto de partida con el que mejorar la comprensión sobre la situación de la televisión de pago en el país y su posible futuro. Por ello, esta tesis también es un punto de partida para la realización de futuras investigaciones.

Aquí se ha iniciado una cronología temporal sobre la televisión de pago en España. Para complementarla se podrían llevar a cabo investigaciones sobre los inicios de la televisión de pago por satélite y la televisión de pago digital, ambas en la década de los 90. Dichas investigaciones, si se centrasen en sus contenidos a modo de continuación de esta investigación, permitirían comprender en qué medida dichas plataformas se vieron influidas por *Canal Plus* España y, a su vez, cómo influyeron en la oferta de televisión de pago actual.

Otra posible investigación futura se podría llevar a cabo mediante la comparación de la oferta programática de *Canal Plus* España y la de las diferentes plataformas actuales. Dicho estudio permitiría conocer el verdadero desarrollo que han experimentado los contenidos de pago desde su aparición en los 90, si es que verdaderamente lo han hecho.

Una tercera vía de estudio que se podría iniciar es el estudio del origen y desarrollo de los canales temáticos musicales españoles, los cuales se originaron en la década de los 90. De hecho, *Canal Plus* España fue el origen del canal temático *Los 40* gracias a la creación de los programas *Los 40 principales* y *Del 40 al 1*. Esta línea de investigación permitiría iniciar un proceso de reflexión sobre los vídeos musicales, su importancia actual, su importancia pasada, y el papel de los canales temáticos musicales españoles para el desarrollo de la industria musical y televisiva española.

## Conclusions

The previous chapters have covered the programming history of *Canal Plus* Spain's analogue broadcasting over a period of 15 years. This last section aims to present some conclusions on the proposed objectives. In order to do so, a general overview of this research is provided before addressing more specific and detailed aspects; finally, some suggestions are made for possible future avenues of research.

This research arose from the need to better understand the current situation of pay television in Spain. This was based on the fundamental idea that, in order to understand the present, it is necessary to understand the past. Therefore, the analysis focused on the Spanish origin of this service, *Canal Plus* Spain. In particular, the focus was on the channel's programming strategy, a long-ignored element that had been speculated to be key to its success, and thus to the successful outcomes of pay television in general.

This hypothesis proved to be correct, as the previous chapters have shown. *Canal Plus* Spain introduced a pay television model in which it did not need to fight for audience ratings, but it had to attract subscribers to be economically viable. To this end, the broadcaster focused on offering new, exclusive, and innovative content.

This had two major consequences. One was that the channel broadcast the type of content that subscribers were interested in (fiction, sports, documentaries...), which is still the starting point for the programmes aired by pay television in Spain. The other major consequence was that, as part of its effort to broadcast unique content, the channel reformulated programmes that were already well established and introduced new technologies that enhanced viewers' experience. In order to understand the programming

decisions of *Canal Plus* Spain, it should be considered that, as a pay television channel, its objective was to maximise profit, which was obtained by satisfying subscribers. These objectives determined the broadcaster's behaviour and actions.

*Canal Plus* Spain emerged at three key milestones. The first of these was the very origin of pay television in the West, that is, the US broadcaster *HBO*. This pioneering company established a combined cable and satellite system which led to pay television being introduced in the whole of the United States in the 1970s. In this way it became established as a market leader both in America and in Europe.

The second important milestone in this process was European television deregulation, specifically in France. France was the first European country to have a pay television channel in 1984, in parallel to applicable jurisprudence consistent with the television tradition in Europe and in the French audio-visual market. These steps were followed by other countries and *Canal Plus* France expanded to Spain, among others.

The third important milestone that enabled the creation of *Canal Plus* Spain was the deregulation of television in the country. With the end of the public monopoly in Spain in the early 1990s, a new phase began in the country's television history, marked by the emergence of private channels. Among them, *Canal Plus* Spain was set up as a result of a joint action between *Canal Plus* France and the Spanish media company *Grupo Prisa*.

The combination of the end of the monopoly, the consideration of television as a free service, and the government's fear of market liberalisation resulted in the creation of the *Ley de Televisión Privada* (Private Television Act) at the end of the 1980s to monitor the business of the new channels. As explained above, it governed some issues that directly affected the content being broadcast:

- Fifteen percent of production had to be original content produced by the channels themselves.
- Forty percent of production was to come from European countries.
- Fifty-five percent of the content had to be in Spanish at source.
- Forty percent of the monthly commercial films were to be European and, of these, fifty percent were to be Spanish.

- Broadcasters were required to air at least four hours of content a day, not counting repeated programmes, slots consisting solely of still images, or advertising.

The latter issue had a particularly strong impact on the operation of *Canal Plus* Spain, as reflected in the analysis in the first chapter, since it was contrary to the very concept of pay television, which did not envisage the broadcasting of free-to-air content. However, far from what it might seem, this apparent handicap turned out to be a great advantage for the channel and an important resource that became part of its identity.

On the basis of the actions of its predecessor *Canal Plus* France, which faced a similar situation, the Spanish channel opted for the full integration of content available to the whole audience (free-to-air) and subscriber-only content (encrypted). In doing so, *Canal Plus* Spain avoided the (a priori) obvious option of segregating both types of content and relegating free-to-air broadcasts to off-peak hours, and chose a hybrid format in which all content would be relevant.

This decision led the channel to design a scheduling distribution in which there were free-to-air broadcasts in most time slots: morning, afternoon, evening, and prime time. Normally, from Monday to Friday, free-to-air content was grouped in blocks of an hour and a half or two hours, starting at 7:30h or 8:00h. These blocks were interspersed with four-hour slots of encrypted content. At weekends, there was a more flexible distribution of free-to-air content, grouped in blocks similar to those of the rest of the week, depending on the encrypted content that had been programmed.

However, it should be noted that, although all of the channel's content was important and was in the schedule for a specific reason, not all of it had the same value for the channel: there was a hierarchy according to its worth. At the top of the hierarchy were encrypted contents, those that were able to generate the most revenue, consisting mainly of sports, fiction, bullfighting, and cultural programmes. Among these, the most valuable were those that could displace others in the programming schedule, such as football matches. The second most important were those with an unalterable position in the scheduling, such as the 22:00h film premiere.

It should be noted that an important part of the appeal of encrypted content lay in the exclusivity factor: it could only be seen on that channel. For example, within fiction content, the channel broadcast pornographic films for the first time in Spain. In addition,

it managed to shorten the waiting times between the various film slots, and to broadcast films much earlier than the other channels. Another example, within the sports section, were the rights to a large part of the Spanish football league matches that the channel secured, as well as broadcasting types of sports events that had a reduced presence on other channels, such as golf tournaments.

Today, pay platforms and streaming services continue to use these same ideas as a lure. Adult films are part of the offering of various platforms. Platforms such as *DAZN* have also specialised exclusively in sports, and the different pay services seek to attract subscribers by broadcasting exclusive fiction and almost imminent premieres.

Continuing with the content hierarchy, in second place after the encrypted programming were the free-to-air programmes, composed mainly of news, miscellanea and musical content. While this content did not have the intrinsic appeal of encrypted content, it played a very important role for the channel. From the beginning, *Canal Plus* Spain used free-to-air broadcasts as a promotional tool: it conveyed an image of exclusivity, publicising its encrypted content in order to gain new subscribers.

It is pertinent to note the parallels between this behaviour and the way streaming platforms operate today. In the same way that *Canal Plus* Spain used free-to-air content to attract subscribers, the platforms offer a free trial period in which the audience can explore the available content and subsequently subscribe to it.

*Canal Plus* Spain implemented the use of free-to-air content for promotional purposes mainly in two ways. Firstly, the channel sacrificed some content from high-value genres to be broadcast free-to-air rather than encrypted. In this way, the channel provided future subscribers with a small sample of the quality, exclusivity, and variety of its encrypted offering. This was the case for certain sports content, such as football matches in minor leagues (Second Division of the Spanish football league), and some fiction content.

In the case of fiction content, the free-to-air offering was almost entirely made up of fiction series for children and general audiences. Of particular interest was the free-to-air broadcasting of children's series, as these accounted for nearly all of the programmes for children. This is how the channel shaped an image that was attractive to families and, at the same time, gained the loyalty of the younger audience, practically ignored by the rest of the channels, except for *TVE2*.



This idea of building loyalty among children was particularly important for the channel from 1997 onwards, when *Grupo Prisa* launched its digital television platform (*Canal Satélite Digital*). At that point, younger viewers' loyalty became a valuable resource to attract subscribers to the platform and convert channel subscribers into platform subscribers. It should also be noted that this strategy has grown in size as children have become more prominent viewers; it has now turned into a recurrent resource used to attract families to the various pay services by offering exclusive children's content.

The second strategy used by *Canal Plus* Spain to implement the promotional use of free-to-air broadcasts was creating its own original content. These programmes were intended to be entertaining for the audience. In many cases, they clearly served as a complement to encrypted broadcasts, as they offered enough content to arouse audience interest; for example, one such programme was the bullfighting television magazine show called *En todo lo alto*, which formed an interesting combination with bullfighting broadcasts.

The content and genres offered by this channel must be viewed from a business point of view. In other words, *Canal Plus* Spain was ultimately one element within a larger business aimed at profitability. This inevitably affected the development of the channel, which saw that its programming strategy was determined by the objectives of its parent company, *Grupo Prisa*. In its 15 years of analogue life, the channel went through four different stages in which its programming offering and strategy varied according to the business situation of both *Canal Plus* Spain and (by extension) *Grupo Prisa*. The first stage was from 1990 to 1993, the second from 1993 to 1996, the third from 1996 to 2000 and the fourth from 2000 to 2005.

The first stage covered the first three years of the channel's life (1990-1993), from its birth until the time when the channel gained enough subscribers to be financially viable. This was a period characterised by instability, as the channel had just been created and the most suitable offering for subscribers was yet to be designed.

Therefore, all business efforts were focused on *Canal Plus* Spain. The aim was to prevent the project from failing. All of this resulted in the development of a flagship programme strategy to be applied for the rest of the channel's time in operation:

- A considerable library of film content was built up.
- It was determined which programmes were to be broadcast on a free-to-air basis and which were to be encrypted.
- The same films were broadcast several times throughout the day (following an assessment of the most appropriate time slots), pornographic films were also aired, as well as news programmes, and regular free-to-air programmes.
- Programmes were created on an experimental basis and, in some cases, were almost never aired again. For example, the first of the channel's two quiz shows was created during this period.
- It was determined which sports were most attractive to subscribers by broadcasting a wide range of sports events such as sumo wrestling during this time.
- Deals with different production companies were made to improve the channel's film, documentary and news magazines offering; production companies included *Warner Media*, *National Geographic*, and the *BBC*.
- Short films were established as differentiating elements and as a resource to avoid gaps in the broadcast schedule.

During the second phase, from 1993 to 1996, the channel focused its efforts on improving its offering in order to grow as a business, but this time without the pressure of needing to achieve financial security. However, at the same time, *Grupo Prisa* began a process of expansion within the industry through the creation of *Canalsatélite*, a satellite pay television service composed of various thematic channels: *Cinemanía*, *Documanía*, *Cineclassics*, *Minimax*, and *Sportmanía*.

This situation caused *Grupo Prisa* 's attention to shift away from *Canal Plus Spain*, as this was already a profitable service, in favour of the new project. This led, on the one hand, to the first uses of all the channel's content as promotional elements for a service outside the channel itself. On the other hand, it resulted in an improvement in the content of *Canal Plus Spain* due to the agreements that were being made to improve the offering of *Canalsatélite*. These decisions particularly affected content that had a thematic channel on the platform: documentaries, cinema, sport, and children's fiction.

In the third phase, 1996 to 2000, the *Canalsatélite* project grew further and became the country's first digital television platform in 1997: *Canal Satélite Digital*. This meant

that *Canal Plus* Spain had now found a rival from within its own parent company. As a result, the business group focused on the new platform, which meant that the channel was relegated to the background. Gradually, *Canal Plus* Spain became a promotional element of *Canal Satélite Digital*; both free-to-air and encrypted content promoted the new platform.

During the fourth and last phase, from 2000 to 2005, the channel was completely shifted to the background within *Grupo Prisa*. The priority was the consolidation of the platform. As a result, the channel was almost completely neglected, and programming became less stable. For example, special sections were created to justify the rebroadcasting of films in prime time that were not recent film releases, which contrasted with the original idea of making the latest releases available to subscribers.

An in-depth analysis of three programmes produced in-house, or produced for the channel (*El día después*, *Epílogo* and *Lo + Plus*) show the commitment to new and innovative content. These were bold, creative ideas that could only be developed in *Canal Plus* Spain because the channel was not accountable to advertisers.

*El día después*, a football magazine show created in 1990, was not a new concept, but, in contrast to what had been done so far, this programme introduced a significant element of drama and entertainment in order to attract a wider audience. *El día después* had a relaxed tone and allowed room for discussion and analysis of all the different aspects surrounding sporting events, including the actions of sports fans, which were portrayed in sections such as *Lo que el ojo no ve* (What the eye doesn't see). The use of technological innovations, some of which were also applied to broadcast matches, also played an important role, enabled detailed analysis and the use of digital graphics. It is worth noting that the legacy and influence of this programme is still present today in the various sports magazines where entertainment comes first.

*Epílogo* was a talk show created in 1998 that took an autobiographical look at the lives of different celebrities. However, unlike all the talk shows that had been made until then, the individual shows were broadcast after the interviewee had died. This gave them freedom to say whatever they wanted without thinking about possible consequences. Few similar programmes have been made since then; one of the most recent was the documentary *Eso que tú me das* (Lara & Évole, 2020) about the singer Pau Donés.

*Lo + Plus* was a social magazine show restructured in 1995. By means of an interview with a celebrity, various entertainment and self-promotional sections were designed, using sketches, collaborators, and micro shows. Nowadays there are numerous Spanish and foreign programmes that use a similar approach to what was first used by *Canal Plus* in Spain. However, the impact and reach of this programme went far beyond that; it produced two iconic sections that had major impact: *Zapping* and *Las noticias del guiñol*.

*Zapping* consisted of a compilation of the most striking images of the day from all the broadcasts of the different Spanish channels. After the creation of this section within *Lo + Plus*, the idea became widely used, to the extent that practically all the generalist channels in the country have produced their own version of it.

For its part, *Las noticias del guiñol* was a satirical counter-take on current political events by using latex puppets. This section pushed freedom of expression to the limit: no public figure was free from criticism, and it was totally uncensored. This type of free-to-air broadcasting has, for the time being, been exclusive to *Canal Plus* Spain due to the unique circumstances of the channel. Because the programme was broadcast on a pay channel, the programme had freedom not to bow to pressure from advertisers, a kind of freedom that no Spanish generalist channel had at the time. In short, *Canal Plus* Spain was a pioneering channel that was a product of its time and introduced many changes and a new perspective on television, both as a business, and as in terms of viewership.

As stated above, this study has only been a starting point to improve the understanding of the current state of affairs and possible future of pay television in Spain. Therefore, this thesis is also a starting point for future research.

An initial timeline of pay television in Spain has been provided here. This could be complemented by research into the beginnings of satellite pay television and digital pay television, both in the 1990s. Further research focused on furthering this study would provide insight into the extent to which these platforms were influenced by *Canal Plus* Spain and, in turn, how they influenced the current pay television offering.

Another possible future avenue of research could be comparing the programmes broadcast by *Canal Plus* Spain and the different current platforms. This research would enhance the existing understanding of how pay television content has developed since it emerged in the 1990s, if it has indeed developed at all.

A third avenue of research could be to study the origin and development of Spanish music thematic channels, which originated in the 1990s. In fact, *Canal Plus* Spain was the origin of the thematic channel *Los 40*, thanks to the creation of the programmes *Los 40 principales* and *Del 40 al 1*. This kind of research would be the start of a process of reflection about music videos, their past and present importance, and the role of Spanish thematic music channels in the development of the Spanish music and television industry.

## Bibliografía

- + *Te vale* [Programa de Televisión]. (2002-2005). Canal+ España.
- + *Te vale XXL* [Programa de Televisión]. (2003-2005). Canal+ España.
- 20 minutos*. (2008, julio 4). Los guiñoles se van para no volver. *20 minutos*.
- 2107 l Canal 5. (2020, agosto 18). *Canal+ Los 40 Principales Diciembre 1992* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XuSbSuugrgg>
- 24 horas* [Programa de Televisión]. (1991-1995). Canal+ España.
- 40 Latino* [Programa de Televisión]. (2002-2005). Canal+ España.
- A fondo* [Programa de Televisión]. (1976-1981). Radio Televisión Española.
- Abascal, P. (Director). (2004). *Paparazzi* [Película]. Twentieth Century Fox; Icon Entertainment International; Icon Productions.
- ABC. (1988, enero 26). Vázquez reconoció que Canal 10 emite «al margen de la ley». ABC.
- ABC. (1995, julio 28). «El acuerdo es un abuso de poder en la agonía del Gobierno». ABC.
- ABC. (1997, abril 4). Dirigentes del PP consideran necesario poner en marcha un «contaguiñol». ABC.
- ABC. (2003, enero 29). Canal Satélite y Vía Digital se fusionan tras seis años de competencia. ABC.

- Abierto en Canal* [Programa de Televisión]. (1995-1999). Canal+ España.
- ACB+ [Programa de Televisión]. (2001-2002). Canal+ España.
- Adamson, A., & Jenson, V. (Directores). (2001). *Shrek* [Película]. DreamWorks Animation; Dreamworks Pictures; Pacific Data Images; Vanguard Films.
- Agencia EFE. (1999, septiembre 2). Las cadenas autonómicas emitirán en abierto un partido de la Liga ACB todas las semanas. *El Mundo*.
- Al-Debi, M. M., El-Haddadeh, R., & Avison, D. (2008). Defining the business model in the new world of digital business. *AMCIS 2008 proceedings*, 300.
- Albalejo, M. (Director). (2002). *Rencor* [Película]. Alta Producción; Icónica; TVV; Trivisión S.L.; Vía Digital; Zebra Producciones.
- Alcolea, G. (2003). *La televisión digital en España*. Comunicación Social.
- ALCOYANILLO094. (2021, marzo). *10 Años de el Guiñol (1ª Parte)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gQjaqFNktNU&t=127s>
- Allswang, J. M. (2000). *The Initiative and Referendum in California, 1898-1998*. Stanford University Press.
- Almiron, N. (2008). El deute de Sogecable i Prisa: anàlisi i gènesi d'una estratègia empresarial global d'alt risc. *Revista Quaderns del CAC*, 29, 105-116.
- Almiron, N., & Segovia, A. I. (2012). Financialization, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top Media Companies: The Case of Grupo Prisa. En *International Journal of Communication* (Vol. 6). University of Southern California. Annenberg School for Communication.
- Almodóvar, P. (Director). (1995). *La flor de mi secreto* [Película]. CiBy 2000; El Deseo.
- Almodóvar, P. (Director). (2004). *La mala educación* [Película]. Canal+ España; El Deseo; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales; Preparatory Action of the European Union; Televisión Española.
- Alonso González, F. (1998). *Canal+: Aproximación a un modelo europeo de televisión de pago*. Fragua.
- Alonso González, F. (1999). *Sogecable descodificado: cifras y claves empresariales de*

*Canal+ en España*. Fragua.

Altgeld, J., & Zeeman, J. D. (2006). The IPTV/VoD Challenge: Upcoming business models. En *Achieving the Triple Play: Technologies and Business Models for Success* (pp. 3-15). International Engineering Consortium.

Álvarez, J. (2020, marzo 31). 25 años de Canal+, una televisión diferente. *El Español*.

Álvarez Monzoncillo, J. M. (1997). *Imágenes de pago*. Fragua.

Álvarez Monzoncillo, J. M., & Iwens, J. L. (1992). *El futuro del audiovisual en España: Las transformaciones ante el nuevo marco europeo*. Fundesco.

*Andanzas: Tendencias de la danza en España* [Programa de Televisión]. (1994). Canal+ España.

Anderson, P. W. S. (Director). (1994). *Shopping* [Shopping: de tiendas] [Película]. Channel Four Films; Impact Pictures; Kuzui Enterprises; PolyGram Filmed Entertainment; WMG Film.

Anderson, P. W. S. (Director). (1997). *Event Horizon* [Horizonte Final] [Película]. Golar Productions; Impact Pictures; Paramount Pictures.

Angel, D., Brown, B., Aspis, S., & Shankar, N. (Productores ejecutivos). (2001-2002). *Night Visions* [Gritos en la noche] [Serie de Televisión]. Angel/Brown Productions; Warner Bros. Television.

Anker, D. (Director). (2004). *Imaginary Witness: Hollywood and the Holocaust* [Hollywood y el holocausto] [Documental]. Anker Productions.

Annaud, J. J. (Director). (1997). *Seven Years in Tibet* [Siete años en el Tíbet] [Película]. Mandalay Entertainment; Reperage & Vanguard Films; Applecross; Milestone Entertainmen.

Aparicio, D. G. (2016, febrero 5). Adiós a Canal+, la cadena del fútbol, «Friends», el «zapping», los guiñoles y el porno codificado. *20 minutos*.

Arad, A., Lee, S., & Ungar, R. (Productores ejecutivos). (2000-2003). *X-Men: Evolution* [X-Men] [Serie de Televisión]. Film Roman Productions; Marvel Enterprises.

Arana Arrieta, E. (2011). *Estrategias de programación televisiva*. Síntesis.



- Aranda, V. (Director). (1977). *Cambio de sexo* [Película]. Impala; Morgana Films.
- Aranda, V. (Director). (1991). *Amantes* [Película]. Pedro Costa Producciones Cinematográficas; Televisión Española.
- Aranda, V. (Director). (1994). *La pasión turca* [Película]. Creativos Asociados de Radio y Televisión; Lolafilms; Sogepaq.
- Arcand, D. (Director). (2003). *Les invasions barbares* [Las invasiones bárbaras] [Película]. Pyramide Productions; Cinémaginaire Inc.; Astral Films; Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée; Production Barbares Inc.; Société Radio-Canada; Société de Développement des Entreprises Culturelles; The Harold Greenberg Fund; Téléfilm Canad.
- Ardolino, E. (Director). (1987). *Dirty Dancing* [Película]. Great American Films Limited Partnership; Vestron Pictures.
- Ardolino, E. (Director). (1992). *Sister Act* [Película]. Touchstone Pictures; Touchwood Pacific Partners 1.
- Argento, D. (Director). (1987). *Opera* [Película]. ADC Films; Cecchi Gori Group Tiger Cinematografica; RAI Radiotelevisione Italiana.
- Aristrain, A. (Director). (1995). *La ley de la frontera* [Película]. Adai; Central de Producciones Audiovisuales S.L.; Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales; Shazam S.A.
- Armendáriz, M. (Director). (1990). *Las cartas de Alou* [Película]. Elías Querejeta Producciones Cinematográficas; Televisión Española.
- Armendáriz, M. (Director). (1995). *Historias del Kronen* [Película]. Alert Film; Elías Querejeta Producciones Cinematográficas; Victoires Productions.
- Armendáriz, M. (Director). (2001). *Silencio roto* [Película]. Oria Films S.L.
- Armstrong, G. (Director). (2001). *Charlotte Gray* [Película]. Ecosse Films; FilmFour; Pod Film; Senator Film Produktion.
- Arnold, T., & Barr, R. (Productores ejecutivos). (1992-1993). *The Jackie Thomas Show* [El show de Jackie Thomas] [Serie de Televisión]. Lorimar Television.
- Arqueólogo Digital. (2020, octubre 26). *Mas o menos multiplicado o dividido, Canal*

- plus*, 1996 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=78AZSvkFmUk>
- Asher, J., Fenton, P., & Laybourne, K. (Productores ejecutivos). (1991-1994). *Liquid Television* [Televisión líquida] [Serie de Televisión]. Colossal Pictures; MTV Networks; British Broadcasting Corporation; BIG Pictures; Noyes & Laybourne Enterprises.
- Astorga, D. (2016, febrero 24). *Antoni Daimiel: «En invierno me acostaba a las 11 y me despertaba de noche»*. Le Miau Noir. <https://www.lemiaunoir.com/antoni-daimiel-entrevista/>
- Attal, Y. (Director). (2001). *Ma femme est une actrice* [Mi mujer es una actriz] [Película]. Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée; Katharina; Renn Productions; TF1 Films Production.
- Attenborough, R. (Director). (1992). *Chaplin* [Película]. Carolco Pictures; Japan Satellite Broadcasting; Canal+; RCS Video.
- Auster, P. (Director). (1998). *Lulu on the Bridge* [Película]. Capitol Films; Redeemable Features.
- Aventura, aventura* [Programa de Televisión]. (1990-1992). Canal+ España.
- Baden-Fuller, C., & Morgan, M. S. (2010). Business models as models. *Long Range Planning*, 43(2-3), 156-171. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.02.005>
- Bajo Ulloa, J. (Director). (1991). *Alas de mariposa* [Película]. Departamento de Cultura del Gobierno Vasco; Gasteizko Zinema S.L.; Iberoamericana Films Producción.
- Bajo Ulloa, J. (Director). (1993). *La madre muerta* [Película]. Diputación Foral de Álava; Gasteizko Zinema S.L.; Ministerio de Cultura; Sogepaq.
- Bajo Ulloa, J. (Director). (1997). *Airbag* [Película]. ARD Degeto Film; Asegarce Zinema; Canal+; Euskal Irrati Telebista; MGN Filmes; Marea Films; Road Movies Dritte Produktionen; Televisión Española; Virgin.
- Balaban, B. (Director). (1989). *Parents* [Película]. Great American Films Limited Partnership; Vestron Pictures.
- Balagué, C. (Director). (1993). *Mal de amores* [Película]. Canal+ España; Diafragma P.C.
- Balompié de Paco Alba. (2020, diciembre 9). *La parabólica de Maldini (El Día Después,*

03/05/1999) [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fO6tW2-wFPg>

Balsebre, A., Mateu, M., & Vidal, D. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Cátedra.

*Bandas sonoras 1993* [Programa de Televisión]. (1993). Canal+ España.

*Bandas sonoras 1994* [Programa de Televisión]. (1994). Canal+ España.

*Bandas sonoras 1995* [Programa de Televisión]. (1995). Canal+ España.

Bandrés, E., García Avilés, J. A., Pérez, G., & Pérez, J. (2002). *El periodismo en la televisión digital*. Paidós.

Banner, J., & Jennings, P. (Productores ejecutivos). (1953-presente). *ABC World News* [Serie de Televisión]. ABC News; ABC Television.

Baragaño, T. (2004, julio 8). Fernando Schwartz se despide después de nueve años al frente del magacín «Lo + plus». *El País*.

Barbera, J., & Hanna, W. (Productores ejecutivos). (1968-1970). *Wacky Races* [Los autos locos] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; Merrill Heatter-Bob Quigley Productions.

Barbera, J., & Hanna, W. (Productores ejecutivos). (1990-1992). *Monster Tails* [Los pequeños monstruos] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; Four Point Entertainment.

Barbera, J., Hanna, W., & Paisner, B. L. (Productores ejecutivos). (1987). *Popeye and Son* [Popeye e hijo] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; King Features Entertainment.

Barbera, J., Hanna, W., & Sabella, P. (Productores ejecutivos). (1990-1993). *The Adventures of Don Coyote and Sancho Panda* [Don Coyote y Sancho Panda] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; RAI Radiotelevisione Italiana.

Barclay, H., & Cooper, J. K. (Productores ejecutivos). (1986-1998). *Hale and Pace* [Hale y Pace] [Serie de Televisión]. London Weekend Television.

Bardem, M. (Director). (2001). *Noche de Reyes* [Película]. Gestevisión Telecinco S.A.; Sogecine.

- Barrera, C. (1995). *Sin mordaza: Veinte años de prensa en democracia*. Temas de Hoy.
- Barreto, B. (Director). (2000). *Bossa Nova* [Película]. Columbia Pictures Television; Columbia TriStar Comercio Internacional Ltda.; Filmes do Equador; Globo Filmes; Luiz Carlos Barreto Produções Cinematográficas; Sony Corporation of America.
- Barroso, M. (Director). (1996). *Éxtasis* [Película]. Tornasol Films.
- Bay, M. (Director). (1996). *The Rock* [La Roca] [Película]. Hollywood Pictures; Don Simpson/Jerry Bruckheimer Films.
- Bay, M. (Director). (1998). *Armageddon* [Película]. Touchstone Pictures; Jerry Bruckheimer Films; Valhalla Motion Pictures; Digital Image Associates.
- Beaird, D. (Director). (1991). *Scorchers* [Cuerpos ardientes] [Película]. Goldcrest Films International; Pro Filmworks.
- Beaumont, J. F. (1988a, octubre 12). 22 acreedores de Canal 10 solicitan suspensión de pagos. *El País*.
- Beaumont, J. F. (1988b, octubre 16). El canal que nunca existió. *El País Suplemento Domingo*.
- Beaumont, J. F. (1988c, octubre 21). La empresa francesa Canal Plus prepara el montaje de una estación de televisión privada en España. *El País*.
- Beaumont, J. F. (1989a, mayo 17). Cinco empresas aspirantes a un canal privado de televisión proponen una programación poco diferenciada. *El País*.
- Beaumont, J. F. (1989b, agosto 25). El Consejo de Ministros aprueba hoy la adjudicación de tres canales privados de televisión. *El País*.
- Beavers, S. (Productor ejecutivo). (1998-2000). *Oh Baby* [Serie de Televisión]. Mandalay Television; Columbia TriStar Television.
- Beceiro, S. (2009a). *La televisión por satélite en España: del servicio público a la televisión de pago*. Editorial Fragua.
- Beceiro, S. (2009b). Development of Digital Satellite Pay TV in Spain (2004-2008). *Observatorio (OBS\*) Journal*, 3(3), 209-223. <https://doi.org/10.15847/obsobs332009312>

- Beceiro, S. (2010). El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna.*, 26, 133-148.
- Beceiro, S. (2013). Televisión digital en Europa: las plataformas digitales vía satélite (1996-2003). *Global Media Journal*, 7(13), 33-54.
- Beck, H., Clampett, S., & Heyward, A. (Productores ejecutivos). (1988). *Beany and Cecil* [Benito y Cecilio] [Serie de Televisión]. DIC Entertainment; Bob Clampett Productions; Spümcø.
- Becker, E. (Director). (1998). *Beyond Titanic* [Titanic: Más allá de la tragedia] [Documental]. Van Ness Films; Foxstar Productions; Fox Television Studios; A+E Networks.
- Béhat, G. (Director). (1990). *Dancing Machine* [Película]. Impala.
- Belmont, V. (Director). (1985). *Rouge Baiser* [Beso rojo] [Película]. Aldo Lado; C&H-Film Berlin; Farena Films; Films A2; Stéphan Films.
- Belyeu, F. O., Pennette, M., Barron, F., Dartland Zicklin, D., Sardo, M., Goldstick, O., Murphy, G., Thompson, N., Nichols, D., & Leopold, T. (Productores ejecutivos). (1995). *Caroline in the City* [Los líos de Caroline] [Serie de Televisión]. Barron/Pennette Productions; Three Sisters Entertainment; CBS Entertainment Production.
- Ben Barka, S. (Director). (1990). *La batalla de los tres reyes* [Película]. M.C.; Sylcinéma; Aries TV-92; Sovexportfilm; Uzbekfilm.
- Bennett-Jones, P., & Davies, J. H. (Productores ejecutivos). (1990-1995). *Mr. Bean* [Serie de Televisión]. Tiger Aspect Productions; Thames Television; Central Television.
- Bennett-Jones, P., & Mortimer, N. (Productores ejecutivos). (1995-1996). *The Thin Blue Line* [Ley y desorden] [Serie de Televisión]. British Broadcasting Corporation; Tiger Aspect Productions.
- Benz, O., & Waletzky, J. (Directores). (1989). *Heavy Petting* [Heavy Petting Sex] [Documental]. Americas in Transition; Fossil Films.
- Bergés Saura, L. (2004). *Anàlisi econòmica i financera de TVE, Antena 3 TV, Telecinco*

- i Canal Plus i del seu entorn (1990-2000): la mercantilització de la televisió espanyola [Tesis Doctoral]*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Bergman, D. (Director). (1992). *Söndagsbarn* [Niños del domingo] [Película]. Det Danske Filminstitut; Eurimages; FilmTeknik; Finnish Film Foundation; Island Film Fond; Metronome Productions; Nordisk Film- & TV-Fond; Norsk Film; SVT Drama; Sandrews; Svenska Filminstitutet; Sweetland Films.
- Bernal, S. (1999, septiembre). Abierto en Canal: Amor y sexo en la red. *Canal Plus Revista*, 105, 33.
- Besson, L. (Director). (1990). *Nikita* [Nikita, dura de matar] [Película]. Gaumont; Les Films du Loup; Cecchi Gori Group Tiger Cinematografica.
- Betriu, F. (Director). (1985). *Réquiem por un campesino español* [Película]. Nemo Films; Venus Produccion.
- Bickley, W., Boyett, R. L., Miller, T. L., Warren, M., Roth, P. A., & McRaven, D. (Productores ejecutivos). (1986-1993). *Perfect Strangers* [Primos lejanos] [Serie de Televisión]. Lorimar Productions; Lorimar Telepictures; Lorimar Television; Miller/Boyett Productions.
- Biern Boyd, C. (Productor ejecutivo). (1985). *David, el gnomo* [Serie de Televisión]. BRB Internacional S.A.; Televisión Española; CINAR; Miramax.
- Birdie* [Programa de Televisión]. (1994). Canal+ España.
- Blake, A. (Director). (1993). *Les Femmes Erotiques* [Película]. Studio A Entertainment.
- Bloodworth-Thomason, L., Thomason, H., Myman, R. M., Tyron King, D., Nichols, D., Rhymer, D., Ray, L., Steven Simon, D., Clay, P., & Norris, P. (Productores ejecutivos). (1992-1995). *Hearts Afire* [Al senador, ni caso] [Serie de Televisión]. Adam Productions; CBS Entertainment Production; Hearts Afire Productions; Mozark Productions.
- Boix Angelats, J. (1996, julio 8). «Programa más o menos multiplicado o dividido» estrena un cine de maqueta. *El País*.
- Bollaín, I. (Director). (2000). *Amores que matan* [Cortometraje]. Canal+ España; Producciones La Iguana S.L.

- Bollaín, I. (Director). (2003). *Te doy mis ojos* [Película]. Alta Producción; Canal+ España; Instituto de Crédito Oficial; Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha; Producciones La Iguana S.L.; Televisión Española.
- Bonaldi, J., Fournera, B., Gildas, P., & Viot, E. (Productores ejecutivos). (1987-2001). *Nulle part ailleurs* [Programa de Televisión]. Canal+; Nulle Part Ailleurs Productions.
- Bonaut-Iriarte, J. (2010). El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP). *Communication & Society*, 23(2), 71-96.
- Bonaut-Iriarte, J., & Vicent Ibáñez, M. (2020). El origen de la televisión deportiva de pago en España: el caso de la lógica programática de Canal Plus (1990-2005). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 429-439. <https://doi.org/10.5209/esmp.67426>
- Bonaut Iriarte, J. (2014). Los programas de resumen futbolístico de TVE durante el monopolio de la televisión pública: Características y rasgos de innovación. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 91-104. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.45092](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45092)
- Bonaut Iriarte, J. (2018a). La programación deportiva en TVE (1975-1982): el nacimiento de la espectacularización. En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 443-454). Cátedra.
- Bonaut Iriarte, J. (2018b). La programación deportiva televisiva en el franquismo: el impulso de las retransmisiones y la expansión territorial del medio. En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 165-184). Cátedra.
- Bonaut Iriarte, J., & Vicent Ibáñez, M. (2019). Los contenidos deportivos en la programación televisiva española (1993-2010): un análisis desde la perspectiva de los índices de audiencia. *Communication & Society*, 32(3), 93-107. <https://doi.org/10.15581/003.32.3.93-107>
- Bonaut Iriarte, J., & Vicent Ibáñez, M. (2020). *El papel de las retransmisiones futbolísticas en el proceso de comercialización de la televisión en España: un análisis desde la perspectiva de los índices de audiencia (1993-2010)*.

- Bond III, J. (Director). (1990). *Def by temptation* [Tentación diabólica] [Película]. Bonded Filmworks; Orpheus Pictures.
- Bone, J. T. (Director). (1994). *Who Killed Holly Hollywood* [Holly Hollywood] [Película]. VCA.
- Bonita. (Director). (1994). *Creme De Femme* [Película]. 4-Play Video.
- Bosch, N. (Director). (2003). *Crazy Bullets* [Película]. IFG.
- Botes, C., & Jackson, P. (Directores). (1995). *Forgotten Silver* [La verdadera historia del cine] [Documental]. New Zealand Film Commission; New Zealand On Air; WingNut Films.
- Bourg, J.-F., & Nys, J.-F. (1994). Economía del deporte y de la televisión Intereses complementarios. *Telos*, 38, 73-81.
- Boxeo [Programa de Televisión]. (1990-1994). Canal+ España.
- Boyle, D. (Director). (1994). *Shallow Grave* [Tumba abierta] [Película]. Channel Four Films; The Glasgow Film Fund; Figment Films.
- Boyle, D. (Director). (2002). *28 Days Later...* [28 días después] [Película]. DNA Films; British Film Council.
- Brambilla, M. (Director). (1993). *Demolition Man* [Película]. Warner Bros.; Silver Pictures.
- Branagh, K. (Director). (1989). *Henry V* [Película]. Renaissance Films; British Broadcasting Corporation; Curzon Film Distributors.
- Brants, K., & De Bens, E. (2000). The Status of TV Broadcasting in Europe. En P. Wieten, Jan; Murdock, Graham; Dahlgren (Ed.), *Television across Europe: A Comparative Introduction* (pp. 7-22). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446220344.n2>
- Brett, C. (Productor). (1990). *Killer Mouse* [El ratón asesino] [Documental]. Anglia Television.
- Bright, K., Crane, D., Kauffman, M., Astrof, J., Sikowitz, M., Vane, C., Malins, G., Ulin, R., Sherman-Palladino, A., Poryes, M., Curtis, M., Cross, A., Chase, A., & Curtis, M. (Productores ejecutivos). (1997-2000). *Veronica's Closet* [El secreto de



Verónica] [Serie de Televisión]. Bright/Kauffman/Crane Productions; Warner Bros. Television.

Bright, K., Crane, D., Kauffman, M., Stevens, T., Goldberg-Meehan, S., Silveri, S., Cohen, T., Reich, A., Malins, G., Bilsing, S., Kreamer, E., Chase, A., Buckner, B., Jones, S., Kurland, S., Borkow, M., Curtis, M., Calhoun, W., & Junge, A. (Productores ejecutivos). (1994-2004). *Friends* [Serie de Televisión]. Bright/Kauffman/Crane Productions; Warner Bros. Television.

Brillstein, B., & Patchett, T. (Productores ejecutivos). (1986-1990). *Alf* [Serie de Televisión]. Alien Productions.

Brillstein, B., Grey, B., Levitan, S., Slattery, K. C., Medavoy, B., More, E., Rugolo, G., McCall, M., Woodard, D., Guarascio, D., Port, M., Hemingson, D., Zuker, D., Fryman, P., Walpert, D., Engel, S., Peaslee, J., Pillot, J., Pollack, J., Judah, J., Sachs, G., & Cary, D. (Productores ejecutivos). (1997-2003). *Just Shoot Me!* [Dame un respiro] [Serie de Televisión]. Universal Network Television; Brillstein-Grey Entertainment; Columbia TriStar Domestic Television; Sony Pictures Television; More / Medavoy Management; Columbia Pictures Television; Columbia TriStar Television; Stan Levitan Productions; Universal Televisi.

Brooks, A. C., & Ondrich, J. I. (2006). How Public Is Public Television? *Public Finance Review*, 34(1), 101-113. <https://doi.org/10.1177/1091142105283412>

Brooks, J. L., & Burns, A. (Productores ejecutivos). (1970-1977). *Mary Tyler Moore* [La chica de la tele] [Serie de Televisión]. MTM Enterprises.

Brown, A. (Productor ejecutivo). (1991). *Selling Hitler* [Se vende Hitler] [Serie de Televisión]. Euston Films.

Brunet, J. M. (1987, abril 4). El Gobierno limita la concentración de empresas periódicas en la propiedad de un canal de TV. *La Vanguardia*.

Brunet, J. M. (1989, agosto 26). El Gobierno atendió a criterios de solvencia, garantías y pluralidad al conceder los tres canales que abren España a la televisión privada. *La Vanguardia*, 11.

*Buenos días, buenos clips* [Programa de Televisión]. (1990-1997). Canal+ España.

Burns, A., Metcalfe, B., & Wilcox, D. (Productores ejecutivos). (1989-1990). *FM* [Serie

- de Televisión]. MTM Enterprises.
- Burton, T., & Geffen, D. (Productores ejecutivos). (1989-1991). *Beetlejuice* [Serie de Televisión]. Geffen Film Company; Tim Burton Incorporated; Nelvana; Warner Bros. Television.
- Burton, T. (Director). (1990). *Edward Scissorhands* [Eduardo Manostijeras] [Película]. Twentieth Century Fox.
- Burton, T. (Director). (2001). *Planet of the Apes* [El planeta de los simios] [Película]. Twentieth Century Fox; The Zanuck Company; Tim Burton Productions.
- Buschenhagen, J., Blatz, K., & Lewis, P. (Productores ejecutivos). (1988-2002). *Benjamin Blümchen* [Serie de Televisión]. A. Film; Hahn Film AG; hör + lies.
- Bustamante, E. (2001). *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Gedisa.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: Una asignatura pendiente de la democracia*. Gedisa.
- Byrum, J. (Director). (1975). *Inserts* [Insertos] [Película]. Film and General Productions.
- Cabrera, M. (2015). *Jesús de Polanco (1929-2007): capitán de empresas*. Galaxia Gutenberg.
- Cadena Ser. (2020, diciembre 15). *Cuando la NBA aterrizó en España: de Ramón Trecet a Daimiel, Montes y Seguro*. Cadena Ser. [https://cadenaser.com/programa/2020/12/15/hoy\\_por\\_hoy/1608022758\\_538761.html](https://cadenaser.com/programa/2020/12/15/hoy_por_hoy/1608022758_538761.html)
- Calleja, B. (1989, mayo 12). Canal Plus España solicita una televisión privada mientras Tele 5 y Canal C se presentan en público. *La Vanguardia*.
- Calleja, B. (1995, julio 28). Telefónica y Canal + se alían para servir televisión por cable. *La Vanguardia*.
- Calleja, B. (1996, diciembre 27). El acuerdo del fútbol abre la vía para un solo proyecto digital con C+, A3 y TV3. *La Vanguardia*.
- Calparsoro, D. (Director). (1997). *A ciegas* [Película]. Star Line TV Productions S.L.

- Cameron, D. (Director). (1990). *New Sensations* [Película]. Coast To Coast.
- Cameron, J. (Director). (1997). *Titanic* [Película]. Twentieth Century Fox; Paramount Pictures; Lightstorm Entertainment; Baja Films.
- cami272727. (2012, agosto 25). *Lo + plus zappings Aranguena telescopios paraguas* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=h1EQABQYHqM>
- Campbell, S., & Viska, P. (Productores ejecutivos). (1997-1998). *Li'l Elvis Jones and the Truckstoppers* [Elvis Jones y los gasolineros] [Serie de Televisión]. Australian Broadcasting Corporation; Australian Children's Television Foundation; Canal J; Centre national du cinéma et de l'image animée; France 2; France Animation; Ravensburger Film & TV; Viskatoons.
- Campmany, J. (1990, octubre 31). Teleporno. *ABC*.
- Campoy, E. (Director). (1990). *A solas contigo* [Película]. Creativos Asociados de Radio y Televisión; Flamenco Films; Laurenfilm.
- Campoy, E. (Director). (1997). *Al límite* [Película]. Creativos Asociados de Radio y Televisión; Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Smile Production; Televisión Española.
- Camus, M. (Director). (1984). *Los santos inocentes* [Película]. Ganesh Producciones Cinematográficas; Televisión Española.
- Camus, M. (Director). (1994). *Amor propio* [Película]. Antea Films; Central de Producciones Audiovisuales S.L.; Sogetel; Sogepaq.
- Canal Plus*. (2005, enero). «Wiki Express» y «Zap... Zap... Zapin: Sólo humor», nuevos programas en abierto para los fines de semana. Mundoplus.tv. <https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=programacion&id=1710>
- Canal Plus*. (2009). *Concierto privado de Manolo García, en Canal+*. Mundoplus.tv. <https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=programacion&id=6104>
- Canal Plus Revista*. (1991a, marzo). Cine para minorías. *Canal Plus Revista*, 6, 6.
- Canal Plus Revista*. (1991b, marzo). El día después. *Canal Plus Revista*, 6, 7.
- Canal Plus Revista*. (1991c, abril). Cine a todas horas. *Canal Plus Revista*, 7, 4-5.

- Canal Plus Revista*. (1991d, abril). Terror a las 10. *Canal Plus Revista*, 7, 5.
- Canal Plus Revista*. (1991e, mayo). Renovación de las series. *Canal Plus Revista*, 8, 5.
- Canal Plus Revista*. (1991f, junio). El mejor cine. *Canal Plus Revista*, 9, 7.
- Canal Plus Revista*. (1991g, agosto). Un año de estrenos. *Canal Plus Revista*, 11, 6-7.
- Canal Plus Revista*. (1991h, septiembre). Cartas de los abonados. *Canal Plus Revista*, 12, 43.
- Canal Plus Revista*. (1991i, septiembre). Dibujos animados sólo para abonados. *Canal Plus Revista*, 12, 29.
- Canal Plus Revista*. (1991j, septiembre). La meca del cine. *Canal Plus Revista*, 12, 6-7.
- Canal Plus Revista*. (1991k, septiembre). Nuevas producciones. *Canal Plus Revista*, 12, 33.
- Canal Plus Revista*. (1991l, septiembre). Un modelo más cómodo. *Canal Plus Revista*, 12, 36.
- Canal Plus Revista*. (1991m, octubre). Cartas de los abonados. *Canal Plus Revista*, 13, 28.
- Canal Plus Revista*. (1991n, octubre). El fútbol con todo detalle. *Canal Plus Revista*, 13, 6-7.
- Canal Plus Revista*. (1991o, diciembre). 24 horas en la expo 92. *Canal Plus Revista*, 15, 6.
- Canal Plus Revista*. (1991p, diciembre). Lo mejor del séptimo arte. *Canal Plus Revista*, 15, 4-5.
- Canal Plus Revista*. (1992a, enero). El Almanaque de Canal+. *Canal Plus Revista*, 16, 5.
- Canal Plus Revista*. (1992b, febrero). La fascinación del beso. *Canal Plus Revista*, 17, 9.
- Canal Plus Revista*. (1992c, mayo). La feria de San Isidro en Canal+. *Canal Plus Revista*, 20, 6-7.
- Canal Plus Revista*. (1992d, mayo). «Mi reto es retransmitir lo mejor». *Canal Plus Revista*, 20, 8-9.

*Canal Plus Revista*. (1992e, septiembre). Sesiones especiales. *Canal Plus Revista*, 24, 38.

*Canal Plus Revista*. (1992f, septiembre). Una realización espectacular. *Canal Plus Revista*, 24, 8.

*Canal Plus Revista*. (1992g, octubre). El pop en Canal+. *Canal Plus Revista*, 25, 35.

*Canal Plus Revista*. (1993a, mayo). San Isidro 93, otra forma de ver los toros. *Canal Plus Revista*, 32, 4-5.

*Canal Plus Revista*. (1993b, julio). Una faena de altura. *Canal Plus Revista*, 34, 10.

*Canal Plus Revista*. (1993c, noviembre). Volvo Masters. *Canal Plus Revista*, 38, 15.

*Canal Plus Revista*. (1993d, diciembre). Vuelve «Lo + Plus». *Canal Plus Revista*, 39, 26.

*Canal Plus Revista*. (1994a, enero). Homenaje al cine de siempre. *Canal Plus Revista*, 40, 8-9.

*Canal Plus Revista*. (1994b, febrero). Descubrir la naturaleza con National Geographic. *Canal Plus Revista*, 41, 4-5.

*Canal Plus Revista*. (1994c, marzo). Series «Primos lejanos». *Canal Plus Revista*, 42, 25.

*Canal Plus Revista*. (1994d, julio). Un completo análisis de la fiesta. *Canal Plus Revista*, 46, 18.

*Canal Plus Revista*. (1994e, agosto). Carlos Abad, director general de Canal+. *Canal Plus Revista*, 47, 3.

*Canal Plus Revista*. (1994f, septiembre). CANAL+ en el festival de San Sebastián. *Canal Plus Revista*, 48, 18.

*Canal Plus Revista*. (1994g, septiembre). Noches especiales. *Canal Plus Revista Suplemento Cine*, 48, 12.

*Canal Plus Revista*. (1994h, septiembre). Nuevo proyecto. *Canal Plus Revista Suplemento Deporte*, 48, 29.

*Canal Plus Revista*. (1994i, septiembre). Programas con nuevo horario. *Canal Plus Revista*, 48, 31.

*Canal Plus Revista*. (1994j, septiembre). Unidad móvil de CANAL+. *Canal Plus Revista*

- Suplemento Deporte*, 48, 12-13.
- Canal Plus Revista*. (1994k, octubre). Más noticias, más reportajes. *Canal Plus Revista*, 49, 18.
- Canal Plus Revista*. (1994l, noviembre). Un nuevo «Tercer tiempo». *Canal Plus Revista*, 50, 21.
- Canal Plus Revista*. (1994m, diciembre). Un desenfadado magazine de crónica social. *Canal Plus Revista*, 51, 32.
- Canal Plus Revista*. (1995a, marzo). Liga Universitaria Americana, la NCAA. *Canal Plus Revista*, 54, 15.
- Canal Plus Revista*. (1995b, marzo). Nace un espacio de información económica. *Canal Plus Revista*, 54, 19.
- Canal Plus Revista*. (1995c, abril). Nace «Lo +Plus». *Canal Plus Revista*, 55, 18.
- Canal Plus Revista*. (1995d, julio). ¡entró! *Canal Plus Revista*, 58, 16-19.
- Canal Plus Revista*. (1995e, agosto). Toros desde Chinchón. *Canal Plus Revista*, 59, 27.
- Canal Plus Revista*. (1995f, agosto). Wimbledon en CANAL+. *Canal Plus Revista*, 59, 4.
- Canal Plus Revista*. (1995g, septiembre). Lo + Plus. Actualidad, cine y humor. *Canal Plus Revista*, 60, 38-40.
- Canal Plus Revista*. (1995h, octubre). Abierto en Canal. *Canal Plus Revista*, 61, 40.
- Canal Plus Revista*. (1995i, diciembre). El mejor baloncesto en Canal+. *Canal Plus Revista*, 63, 15.
- Canal Plus Revista*. (1996a, marzo). Canalsatélite. *Canal Plus Revista*, 66, 38.
- Canal Plus Revista*. (1996b, marzo). Emisión en pruebas de Sportmanía. *Canal Plus Revista*, 66, 36-37.
- Canal Plus Revista*. (1996c, junio). CANAL+ y SPORTMANÍA transmitirán los Juegos Olímpicos de Atlanta 1996. *Canal Plus Revista*, 69, 32.
- Canal Plus Revista*. (1996d, julio). Atlanta, los Juegos del Centenario. *Canal Plus*

*Revista*, 70, 40-41.

*Canal Plus Revista*. (1996e, julio). Atlanta 96. *Canal Plus Revista*, 70, 5.

*Canal Plus Revista*. (1997, diciembre). Programación. *Canal Plus Revista*, 86, 97.

*Canal Plus Revista*. (1998, diciembre). Bienvenido Fox Kids. *Canal Plus Revista*, 97, 60.

*Canal Plus Revista*. (1999a). Feria de Canal+. *Canal Plus Revista*, 104, 14.

*Canal Plus Revista*. (1999b, enero). Cine español en Canal+. *Canal Plus Revista*, 98, 11.

*Canal Plus Revista*. (1999c, marzo). Llegan Paramount Comedy y Nickelodeon. *Canal Plus Revista*, 100, 33.

*Canal Plus Revista*. (1999d, mayo). Programación. *Canal Plus Revista*, 102, 31.

*Canal Satélite Digital Revista*. (2000a, enero). Mundo +. *Canal Satélite Digital Revista*, 71, 27.

*Canal Satélite Digital Revista*. (2000b, junio). Feria de Canal+. *Canal Satélite Digital Revista*, 76, 18.

*Canal Satélite Digital Revista*. (2000c, diciembre). Ya somos 1.000.000. *Canal Satélite Digital Revista*, 81, 6-7.

Cano, F. (2017, octubre 13). *Movistar+ renueva los derechos de la NBA por las próximas tres temporadas*. El Español. [https://www.elespanol.com/invertia/medios/20171013/253975336\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/medios/20171013/253975336_0.html)

Capapé Poves, E. (2017). *Modelos de negocio emergentes en la distribución online de contenidos audiovisuales en España: el caso de Filmin* [Tesis doctoral no publicada]. Universidad San Jorge.

Carax, L. (Director). (1986). *Mauvais sang* [Mala sangre] [Película]. Les Films Plain Chant; Soprofilms; FR3 Films Production; Unité Trois; Centre national du cinéma et de l'image animée; Sofima; Georges Reinhart Productions; Limbo Film AG; Sogedis.

Carbonell, P. (Director). (2004). *Atún y chocolate* [Película]. Maestranza Films.

Cardoso, P. (Director). (2002). *Real Women Have Curves* [Las mujeres de verdad tienen curvas] [Película]. HBO Films; Newmarket Films; LaVoo Productions.

- Carmona, J. (2019, junio 15). ¿Se acuerda de «Lo + Plus», el programa de entrevistas que enfadó a Antonio Banderas? *El Español*.
- Carr, R. (Productor ejecutivo). (1990-1992). *The Piglet Files* [Pichón, agente secreto] [Serie de Televisión]. London Weekend Television.
- Carrère, C., Lemire, M., Pérahia, L., Wiseman, S. S., Corbett, D. J., & Monroe, C. (Productores ejecutivos). (1996-1997). *Flash Gordon* [Serie de Televisión]. Lacewood Productions; Dupuis Audiovisuel; Carrere Group D.A.; MediaToon; Hearst Entertainment Productions.
- Carsey, M., Jacobson, D., Mandabach, C., Werner, T., Safford Vela, N., Leeson, M., & Wyman, D. (Productores ejecutivos). (1991-1992). *Davis Rules* [Aquí mando yo] [Serie de Televisión]. Carsey-Werner Company.
- Carter, T. (Director). (1993). *Swing Kids* [Rebeldes del swing] [Película]. Hollywood Pictures; Touchwood Pacific Partners 1.
- Carvajal, P. (Director). (1994). *El baile de las ánimas* [Película]. Margen.
- Casadesus-Masanell, R., & Ricart, J. E. (2010). Competitiveness: Business model reconfiguration for innovation and internationalization. *Management Research*, 8(2), 123-149. <https://doi.org/10.1108/1536-541011066470>
- Cascajosa Virino, C. C. (2006). No es televisión, es HBO: la búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 11(21), 23-33.
- Casetti, F., & Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión : instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.
- Cassey, P., Lee, D., Grammer, K., Angell, D., Lloyd, C., Kirkland Baker, L., Keenan, J., O'Shannon, D., Sherman, J., Johnson, S., Marcil, C., Daily, B., Richman, J., Kogen, J., Hanning, R., Reisman, M., Zicklin, E., Perlman, H., Morris, L., Rauseo, V., & Levitan, S. (Productores ejecutivos). (1993). *Frasier* [Serie de Televisión]. Grub Street Productions; Paramount Television; Grammnet Productions.
- Cattaneo, P. (Director). (1997). *The Full Monty* [Full Monty] [Película]. Redwave Films; Channel Four Films; Twentieth Century Fox.



- Constitución Española, Pub. L. No. 311, Boletín Oficial del Estado 29313 a 29424 (1978).
- Cebrián, D. (Director). (2000). *Cascabel* [Película]. Alma Ata International Pictures S.L.
- Cha, J. (2013). Business models of most-visited U.S. social networking sites. En A. B. Albarran (Ed.), *The social media industries* (pp. 40-85). Taylor and Francis.
- Chabat, A. (Director). (2002). *Astérix & Obélix: Mission Cléopâtre* [Astérix y Obélix: Misión Cleopatra] [Película]. Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée; Chez Wam; KC Medien; Katharina; La Petite Reine; Renn Productions; TF1 Films Production.
- Chabrol, C. (Director). (1991). *Madame Bovary* [Película]. MK2 Productions; CED Productions; FR3 Films Production; Canal+; Le Club des Investisseurs; Credit Lyonnais; Conseil Général de l'Eure; Conseil Régional de Haute Normandie.
- Chabrol, C. (Director). (1994). *L'enfer* [El infierno] [Película]. MK2 Productions; CED Productions; France 3 Cinéma; Cinémanuel; Société des Producteurs de Cinéma et de Télévision; Canal+; Conseil Régional Midi-Pyrénées.
- Chaikin, J. (Director). (1987). *Legacy of the Hollywood Blacklist* [La lista negra de Hollywood] [Documental]. One Step Productions.
- Chalopin, J., Heyward, A., & Katayama, T. (Productores ejecutivos). (1983-1986). *Inspector Gadget* [Serie de Televisión]. DIC Entertainment; France 3; Nelvana; Field Communications; LBS Communications; TMS Entertainment; Cuckoo's Nest Studios; Lorimar Telepictures.
- Chalopin, J., Gunther, L., Taga, H., & Wahl, M. (Productores ejecutivos). (1992). *The Adventures of T-Rex* [Tiranosaurus Rex] [Serie de Televisión]. C&D; Gunther-Wahl Productions; Kitty Films.
- Chalopin, J., Heyward, A., & Katayama, T. (Productores ejecutivos). (1985-1986). *Jayce and the Wheeled Warriors* [Los guerreros sobre ruedas] [Serie de Televisión]. DIC Entertainment; ICC TV Productions Ltd.; Mattel.
- Chalvon-Demersay, V., Levy-Sarnoff, E., Richard, W., Saban, H., Shwall, D., Taritero, J., & Tordjman, J. (Productores ejecutivos). (1991). *Little Shop* [La tienda de los horrores] [Serie de Televisión]. Marvel Productions; Saban International N.V.; Saban Entertainment; Saban International; La Cinq; Concorde-New Horizons.

- Charest, M., Davin, C., & Izard, C. (Productores ejecutivos). (1995). *Robinson Sucroë* [Serie de Televisión]. France Animation; CINAR; Ravensburger Film & TV; Videal GmbH; France 2; British Broadcasting Corporation; Centre national du cinéma et de l'image animée; Téléfilm Canada.
- Charles, T., & McKeown, A. (Productores ejecutivos). (1992). *Old Boy Network* [Espías de guante blanco] [Serie de Televisión]. SelecTV.
- Chase, A., Curtis, M., Ungerleider, I., Weber, S., Bernstein, N., & Katlin, M. (Productores ejecutivos). (2000-2001). *Cursed* [El gafe] [Serie de Televisión]. Artists Television Group; NBC Studios.
- Chase, D., Grey, B., Landress, I. S., Bronchtein, H., Winter, T., Burgess, M., Green, R., Weiner, M., Renzulli, F., & Pugini, M. V. (Productores ejecutivos). (1999-2007). *The Sopranos* [Los Soprano] [Serie de Televisión]. Home Box Office; Brillstein Entertainment Partners; The Park Entertainment.
- Chávarri, J. (Director). (1996). *Gran slalom* [Película]. Antena 3 Televisión; Canal+ España; Entertainment One; Pedro Masó Producciones Cinematográficas.
- Chávarri, J. (Director). (2000). *Besos para todos* [Película]. Canal+ España; La Fiesta; Sogetel; Sogecine; Televisión Española.
- Chechik, J. S. (Director). (1998). *The Avengers* [Los vengadores] [Película]. Warner Bros.; Jerry Weintraub Productions.
- Chechik, M. (Productor ejecutivo). (1992.1994). *The Odyssey* [La odisea] [Serie de Televisión]. Canadian Broadcasting Corporation; Omnifilm Entertainment; Water Street Pictures.
- Christian, R. (Director). (1994). *Nostradamus* [Película]. Allied Entertainments Group PLC; Filmex; Nostradamus Enterprises Ltd.; Vereinigte Film Partners.
- Chukhray, P. (Director). (1997). *Vor* [Vor: el ladrón] [Película]. Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée; NTV-PROFIT; Productions Le Pont; Roissy Films; Russian State Committee for Cinematography.
- Clares-Gavilán, J., & Cambrón, A. M. (2018). Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin. *Profesional de la Información*, 27(4), 909-920. <https://doi.org/10.3145/EPI.2018.JUL.19>

- Clawson, T., Doran, L., Pollack, S., & Hewitt, S. (Productores ejecutivos). (1993.1996). *Fallen Angels* [Ángeles caídos] [Serie de Televisión]. Mirage Enterprises; Propaganda Films; Showtime Networks.
- Clay, C. (Director). (1995). *Britannia* [Britannia, un palacio flotante] [Documental]. BBC.
- CNMC. (2021a). *Informe anual 2020*. Comisión nacional de los mercados y la competencia. [http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf\\_anual.jsp](http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_anual.jsp)
- CNMC. (2021b, marzo 25). *El sector de las telecomunicaciones cerró 2020 con caída de ingresos, crecimiento en despliegue de redes de fibra óptica y en abonados de televisión de pago*. Comisión nacional de los mercados y la competencia. <https://www.cnmc.es/prensa/datos-telecos-4T2020-20210325>
- CNN+ *Noticias* [Programa de Televisión]. (1999-2005). Canal+ España; Cable News Network.
- CNN *News* [Programa de Televisión]. (1989-presente). Cable News Network; WarnerMedia.
- Código+ [Programa de Televisión]. (1999-2000). Canal+ España.
- Código cine [Programa de Televisión]. (2004-2005). Canal+ España.
- Coen, J., & Coen, E. (Directores). (1998). *The Big Lebowski* [El gran Lebowski] [Película]. Polygram Filmed Entertainment; Working Title Films.
- Coffey, V., Harrington, M., Jenkins, J., Campbell, D., Martin, C., Martin, D., & Hart, S. (Productores ejecutivos). (1991-1994). *Doug* [Serie de Televisión]. Jumbo Pictures; Ellipse Animation; Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée; France 3; Games Animation; Nickelodeon Animation Studios.
- Cohen, R. (Director). (2002). *xXx* [Película]. Revolution Studios; Original Film.
- Colección TV. (2015, enero 3). *MagaCine (1996) Cabecera. Programa cinematográfico de Canal+* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2D3qxxWhib8>
- Colección TV. (2016, julio 25). *Transworld Sport (1991) Cabecera. Programas deportivo de Canal+* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WK1THrsOpE4>

- Colección TV. (2018, febrero 5). *Piezas (1995) Cabecera. Programa de Canal+* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3m6tCiofkmo>
- Colección TV. (2020, enero 29). *Nuestro cine (1999) Cabecera. Programa cinematográfico de Canal Plus* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bAExgKwc6iQ>
- Coletti, E. (Director). (1997). *Il tocco - La sfida* [A tres bandas] [Película]. Filmax Group; Sociedad General de Derechos Audiovisuales; Surf Film.
- Colomo, F. (Director). (1993). *Rosa rosae* [Película]. Fernando Colomo Producciones Cinematográficas S.L.
- Colomo, F. (Director). (1997). *Eso* [Película]. Antena 3 Televisión: Entertainment One; Fernando Colomo Producciones Cinematográficas S.L.
- Columbus, C. (Director). (1990). *Home Alone* [Solo en casa] [Película]. Hughes Entertainment; Twentieth Century Fox.
- Columbus, C. (Director). (1998). *Stepmom* [Quédate a mi lado] [Película]. TriStar Pictures; 1492 Pictures.
- Compañía Teatral Tricycle. (s. f.). *Paco Mir*. Tricycle. Recuperado 28 de junio de 2021, de <https://www.tricycle.com/paco-mir/#1606734327721-2eb58d3e-4442>
- Contrarreloj* [Programa de Televisión]. (1995). Canal+ España.
- Contreras, J. M. (1999, septiembre). Un reto innovador. *Canal Plus Revista*, 105, 30-31.
- Corbett, D. J. (Productor ejecutivo). (1994-1996). *Phantom 2040* [Phantom 2040: El hombre enmascarado] [Serie de Televisión]. France 3; Hearst Entertainment Productions.
- Corbiau, G. (Director). (1994). *Reino Unido* [Farinelli: Il castrato] [Película]. Stéphan Films; MG; Italian International; K2 SA; Alinea Films; Union Générale Cinématographique; Canal+; France 2 Cinéma; Studio Image; Mediaset; Radio Télévision Luxembourg - Télévision Indépendante; Filmstiftung Nordrhein-Westfalen; Centre national du c.
- Corneau, A. (Director). (1997). *Le cousin* [El soplón] [Película]. Canal+ Productions; Compagnie Cinématographique Prima; Divali Films; Les Films Alain Sarde; Studio

Images 3; TF1 Films Production.

Corr, E., & Hillmann, R. (Directores). (1992). *Waldo Salt: A Screenwriter's Journey* [Documental]. Eagle Rock Entertainment; WNET Channel 13 New York.

Cortés, E. (Director). (2002). *La vida de nadie* [Película]. Antena 3 Televisión; Canal+ España; Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Pedro Costa Producciones Cinematográficas; Sogepaq.

Cortés, J. Á. (1999). *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. EUNSA.

Cosgrove, J., Hoffman, C., Dunn Meurer, T., & Schaefer, K. (Productores ejecutivos). (1991-1992). *Eerie, Indiana* [Serie de Televisión]. Cosgrove/Meurer Productions; Hearst Entertainment Productions; Unreality.

Costa, P. (Director). (1987). *Redondela* [Película]. José Esteban Alenda; Pedro Costa Producciones Cinematográficas.

Costa, P. (Director). (1997). *El crimen del cine Oriente* [Película]. Canal+ España; Nanitta Inversiones S.A.; Pedro Costa Producciones Cinematográficas; Televisión Española.

Coto, M. (Director). (1991). *Cover-Up* [Película]. Capitol Films; Cover-Up; Electra Films.

Csupo, G., & Klasky, A. (Productores ejecutivos) (1995). *Santo Bugito* [Serie de Televisión]. Alya Productions; France 2; Klasky-Csupo.

Csupo, G., Klasky, A., Osborn, R., Reno, J., Misch, D., & Vandewalle, M. (Productores ejecutivos). (1994-1997). *Duckman* [Serie de Televisión]. Klasky-Csupo; Paramount Television; Reno & Osborn Productions.

Cuadri, A. (Director). (2003). *Eres mi héroe* [Película]. Caligari Films S.A.

Cuarón, A. (Director). (2001). *Y tu mamá también* [Película]. Anheló Producciones; Besame Mucho Pictures.

*Cuarta dimensión* [Programa de Televisión]. (1960-1961). Radio Televisión Española.

Cuerda, J. L. (Director). (1992). *La marrana* [Película]. Antea Films; Central de Producciones Audiovisuales S.L.; Generalitat Valenciana; Ministerio de Cultura.

- Cuerda, J. L. (Director). (1993). *Tocando fondo* [Película]. Antea Films; Central de Producciones Audiovisuales.
- Cumbo, L. (Director). (2003). *Search for the Afghan Girl* [En busca de la niña afgana] [Documental]. National Geographic.
- Cyran, C. (Director). (1995). *Hostile Intentions* [Viaje al infierno] [Película]. Libra Pictures; Touchdown Productions Inc.
- D'Amato, J., & Damiano, L. (Directores). (1996). *Le Stagioni di Bel* [Las noches de Lulú] [Película]. Golden Hawk.
- Dahlgren, P. (2000). Key Trends in European Television. En P. Wieten, Jan; Murdock, Graham; Dahlgren (Ed.), *Television across Europe: A Comparative Introduction* (pp. 23-34). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446220344>
- Damiano, L. (Director). (1993). *The Erotic Dream of Aladdin X* [Aladdin X] [Película]. Golden Hawk.
- Daniel, R. (Director). (1989). *K-9* [Superagente K-9] [Película]. Gordon Company; Universal Pictures.
- Daniels, D. J. (1989). Television and/in French Politics. *Contemporary French Civilization*, 13(2), 190-199. <https://doi.org/10.3828/cfc.1989.13.2.006>
- Dattatri, S. (Director). (1997). *Nagarahole: tales from an Indian jungle* [Nagarahole, un paraíso en la India] [Documental]. Discovery Channel; ITEL; Scandinature Film; Eco Media.
- Davola, J., Robbins, B., Tollin, M., Scanlan, T., Gough, A., Millar, M., Horton, K., Marshall, J., Peterson, B., Souders, K., Slavkin, T., Swimmer, D., Maier, R., Marchant, J., Beeman, G., Septián, A., Meyer, T., Litvack, J., DeKnight, S. S., Verheiden, M., Biller, K., Welling, T., Watkins, M. W., & Nutter, D. (Productores ejecutivos). (2001-2011). *Smallville* [Serie de Televisión]. Tollin; Robbins Productions; Millar Gough Ink; Warner Bros. Television; DC Comics; DC Entertainment; Smallville 3 Films; Smallville Films; Tollin/Robbins Productions; Warner Bros.
- De Bello, J., Peace, J. S., & Taritero, J. (Productores ejecutivos) (1990-1991). *Attack of the Killer Tomatoes* [El ataque de los tomates asesinos] [Serie de Televisión].

Marvel Productions; Fox Children's Productions; Four Square Productions.

De Bont, J. (Director). (1994). *Speed* [Speed - Máxima potencia] [Película]. The Mark Gordon Company; Twentieth Century Fox.

de Brocca, P. (Director). (1997). *Le bossu* [¡En guardia!] [Película]. Alicéléo; TF1 Films Production; Cecchi Gori Group Tiger Cinematografica; Gemini Filmproduktions; Prima; DA Films; Cofimage 8; Cofimage 9; Eurimages; Société des Producteurs de Cinéma et de Télévision; European Script Fund; Centre national du cinéma et de .

de Haro de San Mateo, M. V. (2011). El estudio del periodismo taurino: revisión y actualización bibliográfica. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 13, 43-65. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n13a2>

de Haro de San Mateo, M. V. (2020). Retransmisiones taurinas en Telecinco Y Antena 3 (1990-2010). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 497-506. <https://doi.org/10.5209/esmp.67872>

de la Iglesia, Á. (Director). (2002). *800 balas* [Película]. Alan Young Pictures; Canal+ España; Euskal Irrati Telebista; Panico Films; Sogepaq; Televisión Española.

de la Serna, D. (1998, octubre). Te+: El estribo de Zóbel. *Canal Plus Revista*, 95, 51.

De Lorenzo, J. (1989, enero 18). Ibermer ultima la búsqueda de socios financieros para Canal Plus. *La Vanguardia*.

De Luna, J. (1995, abril 4). Almodóvar estrena Lo + Plus. *El País*.

de Oliveira, M. (Director). (1998). *Inquietude* [Inquietud] [Película]. Gemini Films; Instituto Português da Arte Cinematográfica e Audiovisual; Light Night; Madragoa Filmes; Radiotelevisão Portuguesa; Wanda Films.

De Oliveira, M. (Director). (1994). *A Caixa* [La caja] [Película]. Madragoa Filmes; Gemini Films; La Sept Cinéma; Instituto Português da Arte Cinematográfica e Audiovisual; Radiotelevisão Portuguesa; Canal+; Ministère de la Culture et de la Francophonie.

De Palma, B. (Director). (1996). *Mission: Impossible* [Misión imposible] [Película]. Paramount Pictures; Cruise/Wagner Productions.

- de Souza, S. E., Hirsh, M., Harari, S., Loubert, P., & Taylor, T. (Productores ejecutivos). (1993-1994). *Cadillacs and Dinosaurs* [Cadillacs y dinosaurios] [Serie de Televisión]. De Souza Productions; Galaxy Films; Nelvana.
- Debrett, M. (2010). Reinventing public service television for the digital future. En *Reinventing Public Service Television for the Digital Future*. Intellect.
- Décret du 14 mars 1986. (1986). *Décret du 14 mars 1986 portant approbation du traité de concession et du cahier des charges de la Société d'exploitation de la 4e chaîne*. Del 40 al 1 [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.
- del Toro, G. (Director). (1993). *Cronos* [Película]. CNCAIMC; Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica; Grupo Del Toro; Guillermo Springall; Iguana Producciones; Instituto Mexicano de Cinematografía; S.T.P.C.; Servicios Filmicos ANC; Universidad de Guadalajara; Ventana Films.
- Delgado, J. R. (Director). (1995). *La niña de tus sueños* [Película]. France 3; Mate Producciones S.A.
- Demma, J. (Director). (1993). *Philadelphia* [Película]. TriStar Pictures; Clinica Estetico.
- Demma, T. (Director). (2001). *Blow* [Película]. Apostle; Avery Pix; New Line Cinema; Spanky Pictures.
- Demme, J. (Director). (1991). *The Silence of the Lambs* [El silencio de los corderos] [Película]. Strong Heart/Demme Production; Orion Pictures.
- Demme, T. (Director). (1996). *Beautiful Girls* [Película]. Miramax; Woods Entertainment.
- Deporte 100x100* [Programa de Televisión]. (2004-2005). Canal+ España.
- DeVito, D. (Director). (1996). *Matilda* [Película]. TriStar Pictures; Jersey Films.
- Devlin, D., Emmerich, R., Kline, J., & Raynis, R. (Productores ejecutivos). (1998-2001). *Godzilla: The Series* [Godzilla] [Serie de Televisión]. Columbia TriStar Television; Toho Company; Global Entertainment Productions GmbH & Company Medien KG; Adelaide Productions.
- Diario Córdoba. (2002, noviembre 3). Canal Plus muestra el lado más íntimo de Bardem en 'Epílogo'. *Diario Córdoba*.



Diario Córdoba. (2003, octubre 20). Canal Plus apuesta por un nuevo formato de humor. *Diario Córdoba*.

Díez, A. (1997). *Todo está oscuro [Película]*. Euskal Irrati Telebista; Euskal Media; Igeldo Komunikazioa; Instituto Cubano del Arte e Industrias Cinematográficas; MGN Filmes; Teleset; Televisión Española.

Díez, M. Á. (Director). (1985). *Luces de bohemia [Película]*. Laberinto; Televisión Española.

*Digital Plus Revista*. (2000a, septiembre). Champions League. *Digital Plus Revista*, 78, 8.

*Digital Plus Revista*. (2000b, octubre). Plan B. *Digital Plus Revista*, 79, 78.

*Digital Plus Revista*. (2001, mayo). National Geographic Channel. *Digital Plus Revista*, 86, 27.

*Digital Plus Revista*. (2002a, septiembre). La semana + plus. *Digital Plus Revista*, 138, 9.

*Digital Plus Revista*. (2002b, septiembre). UEFA Champions League. *Digital Plus Revista*, 138, 49.

*Digital Plus Revista*. (2003a). Bienvenidos a Digital+. *Digital Plus Revista*, 149, 1.

*Digital Plus Revista*. (2003b, septiembre). Toda la pasión del deporte. *Digital Plus Revista*, 149, 8.

*Digital Plus Revista*. (2004a, septiembre). Canal+ mejor que nunca. *Digital Plus Revista*, 160, 10.

*Digital Plus Revista*. (2004b, septiembre). Mucho + para ti. *Digital Plus Revista*, 160, 4-5.

*Digital Plus Revista*. (2004c, septiembre). Y además... las ligas extranjeras. *Digital Plus Revista*, 160, 6.

*Digital Plus Revista*. (2005a, noviembre). Así nace Cuatro. *Digital Plus Revista*, 173, 16.

*Digital Plus Revista*. (2005b, noviembre). Canal+ es más en Digital+. *Digital Plus Revista*, 173, 14.

- Directiva 95/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión, 51 a 54 (1995).
- Donner, R. (Director). (1985). *Ladyhawk* [Lady Halcón] [Película]. Twentieth Century Fox; Warner Bros.
- Donner, R. (Director). (1987). *Lethal Weapon* [Arama letal] [Película]. Warner Bros.; Silver Pictures.
- Dontzig, G., Peterman, S., Collins, J., Friedman, M., Hartman Edwards, B., Vane, C., Semple, M., O'Shannon, D., Babcock, D., & Driscoll, M. (Productores ejecutivos). (1996-2000). *Suddenly Susan* [De repente Susan] [Serie de Televisión]. Warner Bros. Television.
- Doyle, G. (2002). *Understanding media economics*. Sage.
- Du Pontavice, M. (Productor ejecutivo). (1997-2006). *Les zinzins de l'espace* [Los pirados del espacio] [Serie de Televisión]. Gaumont International; Saban International; Xilam.
- Duguay, C. (Director). (1997). *The Assignment* [Caza al terrorista] [Película]. Triumph Films; Allegro Films; Allegro Film Productions V; American Entertainment Investors; Canadian Film or Video Production Tax Credit; Gouvernement du Québec; Program de Credits of Impuc; Satch-Mo; Super Écran; The Movie Network.
- Dunne, G. (Director). (1998). *Practical Magic* [Prácticamente magia] [Película]. DiNovi Pictures; Fortis Films; Stargate Studios; Village Roadshow Pictures; Warner Bros.
- Dyson, K., & Humphreys, P. (1989). Deregulating broadcasting: the West European experience. *European Journal of Political Research*, 17(2), 137-154. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1989.tb00187.x>
- Easter, G., Biemann, B., DeNure, S., Litton, H., Maddicott, D., & Nicoll, M. (Productores ejecutivos). (1997-1998). *Captain Star* [Capitán Star] [Serie de Televisión]. Alliance Communications Corporation; Canal+ España; Filmworks; Harlech Television; Nickelodeon; Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep; Yleisradio; Zweites Deutsches Fernsehen.
- Eastwood, C. (Director). (1993). *A Perfect World* [Un mundo perfecto] [Película]. Warner Bros.; Malpaso Productions.

- Eastwood, C. (Director). (2002). *Blood Work* [Deuda de sangre] [Película]. Malpaso Productions; Warner Bros.
- Edgerton, G. R. (2010). Introduction: A Brief History of HBO. En G. R. Edgerton & J. P. Jones (Eds.), *The Essential HBO Reader* (pp. 1-22). University Press of Kentucky.
- Egoyan, A. (Director). (1991). *The Adjuster* [El liquidador] [Película]. Alliance Entertainment; Ego Film Arts; Family Viewing Productions; Ontario Film Development Corporation; Téléfilm Canada.
- Egoyan, A. (Director). (1994). *Exotica* [Exótica] [Película]. Alliance Entertainment; Ego Film Arts; Miramax; Ontario Film Development Corporation; Téléfilm Canada.
- Eichler, G., & Terkuhle, A. (Productores ejecutivos). (1997-2001). *Daria* [Serie de Televisión]. MTV Animation; MTV Networks.
- El almanaque de Canal+* [Programa de Televisión]. (1992). Canal+ España.
- El club de la comedia* [Programa de Televisión]. (1999-2005). Canal+ España; Globomedia.
- El día antes* [Programa de Televisión]. (1998-2005). Canal+ España.
- El día del fútbol* [Programa de Televisión]. (2005). Canal+ España.
- El día después* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.
- El Día Después en Movistar+. (2020a, septiembre 7). - Joaquín Ramos Marcos - @lobo\_carrasco - el «jefe» @AS\_Relano Históricos de estos #30añosElDíaDespués [Tweet]. Twitter.  
<https://twitter.com/eladiadespues/status/1303061082085437440?lang=es>
- El Día Después en Movistar+. (2020b, septiembre 7). *El Día Después (07/09/2020): 30 años de Lo que el ojo no ve* [Vídeo]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=KfCg5vkBp90>
- El Día Después en Movistar+. (2020c, septiembre 7). *Nacho Lewin y Jorge Valdano, cuando todo empezó. #30añosElDíaDespués* [Tweet]. Twitter.  
<https://twitter.com/eladiadespues/status/1303365741845065731?lang=es>
- El Día Después en Movistar+. (2020d, septiembre 8). *El Día Después (07/09/2020): Guñolandia* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=co2VoFCCdy8>

El Día Después en Movistar+. (2020e, septiembre 9). *El Día Después (07/09/2020): «Fue una etapa muy bonita»*, Josep Pedrerol [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ga8Cw2OYis0>

El Día Después en Movistar+. (2020f, septiembre 11). *El Día Después (07/09/2020): Michael Robinson, gracias por tanto* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=4Eg\\_cbqFXb4](https://www.youtube.com/watch?v=4Eg_cbqFXb4)

El Día Después en Movistar+. (2020g, septiembre 11). *El Día Después (07/09/2020): Queridas secciones* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=gTYw2fvR\\_mA](https://www.youtube.com/watch?v=gTYw2fvR_mA)

*El Economista*. (2015, septiembre 2). Canal+ cumple 25 años emitiendo fútbol: así fue el primer partido en 1990. *El Economista*.

*El gran musical* [Programa de Televisión]. (1990-1996). Canal+ España.

*El juego de las lunas* [Programa de Televisión]. (1999-2000). Canal+ España.

*El País*. (1984a, noviembre 4). La televisión privada llega a Francia. *El País*.

*El País*. (1984b, noviembre 4). La televisión privada llega a Francia. *El País*.

*El País*. (1988a, abril 15). Aprobada la ley de televisión privada con sólo los votos del PSOE. *El País*.

*El País*. (1988b, abril 15). Televisión muy poco privada. *El País*.

*El País*. (1989a, abril 13). Carrera hacia la televisión privada. *El País*.

*El País*. (1989b, agosto 26). Antena 3, Canal Plus y Telecinco obtienen los canales privados. *El País*.

*El País*. (1989c, agosto 26). Una televisión complementaria dirigida a la familia. *El País*.

*El País*. (1989d, agosto 26). Univisión recurrirá contra las concesiones. *El País*.

*El País*. (1990a, agosto 18). Canal+ retransmite en directo el Trofeo Colombino de fútbol desde Huelva. *El País*.

*El País*. (1990b, septiembre 13). Mañana inicia sus emisiones Canal+, la primera cadena

de televisión de pago en España. *El País*.

*El País*. (1990c, octubre 12). El Madrid-Barcelona, en el Berabéu presidirá el «Desafío Canal+». *El País*.

*El País*. (1991, junio 21). Jesús Polanco: «Nuestro objetivo es un grupo de comunicación con proyección europea». *El País*.

*El País*. (1992, octubre 9). Alianza europea de Canal Plus Francia y Murdoch para nuevos servicios de TV. *El País*.

*El País*. (1993a, marzo 1). Los canales por satélite Cinemanía y Documanía comienzan hoy sus emisiones. *El País*.

*El País*. (1993b, junio 18). Canal+ comienza a ser rentable tras superar los 665.000 abonados. *El País*.

*El País*. (1993c, junio 22). «El día después» multiplica su audiencia en su tercera temporada. *El País*.

*El País*. (1994a, enero 13). Sogecable lanza Canalsatélite, la mayor oferta de televisión por satélite en España. *El País*.

*El País*. (1994b, junio 2). Carlos Abad, nuevo director de Canal+. *El País*.

*El País*. (1995, noviembre 15). Canal+ adquiere los derechos de emisión de la liga NBA de baloncesto. *El País*.

*El País*. (1996, mayo 17). Canal+ y TVE adquieren los derechos para transmitir los Juegos de Atlanta. *El País*.

*El País*. (1997a, enero 31). Comienza el espectáculo. *El País*.

*El País*. (1997b, abril 5). Una parodia que ha contagiado el lenguaje de la calle. *El País*.

*El País*. (1998a, marzo 1). RTVE acapara los Premios Antena de Oro. *El País*.

*El País*. (1998b, octubre 3). «Te +», nuevo espacio cultural. *El País*.

*El País*. (1999a, enero 11). Comienza «CNN News» en Canal+. *El País*.

*El País*. (1999b, enero 26). CNN+ inicia esta tarde sus emisiones de noticias continuas. *El País*.

- El País*. (1999c, marzo 26). Juan Cueto entra en el equipo directivo de Canal+ Francia. *El País*.
- El País*. (1999d, junio 18). Canal Satélite y Vía Digital compartirán el fútbol. *El País*.
- El País*. (2003, mayo 10). La Feria de San Isidro, desde hoy en Canal+ y las plataformas digitales. *El País*.
- El País*. (2004a, julio 17). Manu Carreño presentará «Lo más plus» la nueva temporada. *El País*.
- El País*. (2004b, septiembre 5). Ana García Siñeriz y Manu Carreño. *El País*.
- El País*. (2005a, febrero 22). Sogecable solicita al Gobierno que Canal Plus pueda emitir las 24 horas del día en abierto. *El País*.
- El País*. (2005b, marzo 28). El locutor radiofónico Joaquín Luqui fallece a los 57 años de edad. *El País*.
- El País*. (2020, abril 28). Michael Robinson, la vida del exfutbolista y presentador en imágenes. *El País*.
- El planeta de los toros* [Programa de Televisión]. (1994-2002). Canal+ España.
- El tercer tiempo* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.
- El tercer tiempo europeo* [Programa de Televisión]. (2000-2004). Canal+ España.
- Elder, D. A. (1970). Subscription Television, the FCC, and the Courts. *Saint Louis University Law Journal*, 15.
- Elias, M., & Eustis, R. (Productores ejecutivos). (1986-1991). *Head of the Class* [Los primeros de la clase] [Serie de Televisión]. Eustis Elias Productions; Warner Bros. Television.
- Ellison, B., Daniels, S., & Weinberger, E. (Productores ejecutivos). (1977-1978). *The Betty White Show* [El show de Betty White] [Serie de Televisión]. MTM Enterprises.
- Elton, C., Williams, M., & Harries, A. (Productores ejecutivos). (1993-1995). *Rik Mayall Presents* [Rik Mayall Presenta] [Serie de televisión]. First Choice; Granada Television.
- ELTRICICLE. (2014). *La saga de los Clark 1* [Vídeo]. YouTube.

[https://www.youtube.com/watch?v=of1VVUQLJ\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=of1VVUQLJ_w)

Emery, R. J. (Productor ejecutivo). (1997-2008). *The Directors* [Directores de cine] [Serie Documental] (pp. 1997-2008). Media Entertainment; American Film Institute; Wellspring Productions.

Emmerich, R. (Director). (1996). *Independence Day* [Película]. Twentieth Century Fox; Centropolis Entertainment.

Emmerich, R. (Director). (1997). *Godzilla* [Película]. Centropolis Film Productions; Fried Films; Independent Pictures; Toho Company; TriStar Pictures.

*En todo lo alto* [Programa de Televisión]. (1992-1993). Canal+ España.

English, D., Shukovsky, J., & Praiser, I. (Productores ejecutivos). (1992-1995). *Love & War* [El trébol azul] [Serie de Televisión]. Shukovsky English Entertainment.

English, T. (Director). (1996). *Lethal Affairs* [Película]. Vivid.

Ephron, N. (Director). (1993). *Sleepless in Seattle* [Algo para recordar] [Película]. TriStar Pictures.

*Epílogo* [Programa de Televisión]. (1998-2020). Maradentro.

*Especial Beatles* [Programa de Televisión]. (1995). Canal+ España.

*Estudio Estadio* [Programa de Televisión]. (1972-presente). Radio Televisión Española.

Etô, M., & Saitô, Y. (Productores ejecutivos). (1969-1971). *Taigâ masuku* [El hombre tigre] [Serie de Televisión]. Toei Animation.

Etura Hernández, D., & Zapatero Flórez, C. (2020). Los magazines matinales en la televisión pública española (1987-2019): las transformaciones de un formato dinámico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 529-539. <https://doi.org/10.5209/esmp.67781>

Europa Press. (1996, noviembre 5). España acepta que Bruselas decida el futuro de Cablevisión. *La Vanguardia*.

*Falmenco* [Programa de Televisión]. (1997). Canal+ España.

Farré, A. A. (Director). (2003). *Caballé, más allá de la música* [Documental]. Morena Films; Ibits Productions.

- Farrelly, B., Farrelly, P., Schwartz, S., & Penn, Z. (Productores ejecutivos). (2002-2003). *Ozzy & Drix* [Serie de Televisión]. Conundrum Entertainment; Warner Bros. Animation.
- Fernán Gómez, F. (Director). (1964). *El extraño viaje* [Película]. Izaro Films; Pro Artis Ibérica; Impala.
- Fernán Gómez, F. (Director). (1991). *Fuera de juego* [Película]. Lotus Films; Televisión Española.
- Fernán Gómez, F. (Director). (1994). *Siete mil días juntos* [Película]. Canal+ España; Rosa García Producciones Cinematográficas.
- Fernández-Ramírez, L., & McGowan, N. (2020). La programación de series internacionales en la televisión generalista española (1990 - 2010). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2). <https://doi.org/10.5209/esmp.67686>
- Fernández Armero, Á. (Director). (1996). *Brujas* [Película]. Canal+ España; Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Televisión Española.
- Fernández Santos, Á. (Director). (1997). *Hazlo por mí* [Película]. Canal+ España; Ministerio de Cultura; Producciones El Desierto.
- FilmAffinity. (s. f.). *Despierta peque y al loro (Serie de TV)*. FilmAffinity. Recuperado 13 de julio de 2021, de [https://www.filmaffinity.com/es/filmimages.php?movie\\_id=265670](https://www.filmaffinity.com/es/filmimages.php?movie_id=265670)
- Fincham, P. (Productor ejecutivo). (1984-1998). *Alas Smith & Jones* [Smith & Jones] [Serie de Televisión]. British Broadcasting Corporation; TalkBack Productions.
- Fincher, D. (Director). (1995). *Se7en* [Seven] [Película]. Cecchi Gori Pictures; Juno Pix; New Line Cinema.
- Fincher, D. (Director). (2002). *Panic Room* [La habitación del pánico] [Película]. Columbia Pictures; Hofflund/Polone; Indelible Pictures.
- Flaherty, R. J. (Director). (1922). *Nanook of the North* [Nanuk, el esquimal] [Documental]. Les Frères Revillon.
- Fletcher, M. (Director). (1994). *Deadly Advice* [Consejos mortales] [Película]. Zenith Entertainment.



- Flo, J. (1996, abril). Tendencias musicales. *Canal Plus Revista*, 67, 46.
- Flo, J. (1997, abril). Músicas privadas. *Canal Plus Revista*, 79, 69.
- Flo, J. (1998, noviembre). 40 TV. *Canal Plus Revista*, 96, 79.
- Fondevila, S. (1984, diciembre 29). El auge del vídeo comunitario pone en jaque al sector y preocupa a los políticos. *La Vanguardia*, 23.
- Ford Coppola, F. (Director). (1996). *Jack* [Película]. Hollywood Pictures; American Zoetrope; Great Oaks.
- Fórmula TV. (2009, agosto 26). *Canal+ recupera el mítico «El día después» sin Michael Robinson*. Fórmula TV. <https://www.formulatv.com/noticias/12476/canal-recupera-el-mitico-el-dia-despues-sin-michael-robinson/>
- Forn, J. M. (Director). (1991). *¿Lo sabe el ministro?* [Película]. Aura Films.
- Foster, S., Saltzman, P., & Levitan, S. (Productores ejecutivos). (1990-1992). *Max Glick* [Serie de Televisión]. Foster Films; Sunrise Films Limited.
- Franklin, J., Boyett, R. L., Miller, T. L., Rinsler, D., Warren, M., Van Atta, D., & Guylas, E. (Productores ejecutivos). (1987-1995). *Full House* [Padres forzosos] [Serie de Televisión]. Jeff Franklin Productions; Lorimar Telepictures; Lorimar Television; Miller/Boyett Productions; Warner Bros. Television.
- Friedman, R., Griffin, T., Kettler, C. J., Richardson, M., & Roman, P. (Productores ejecutivos). (1995-1997). *The Mask* [La máscara] [Serie de Televisión]. Dark Horse Entertainment; Film Roman Productions; Sunbow Productions; New Line Television; Turner Program Services.
- Frost, M., & Lynch, D. (Productores ejecutivos). (1992). *On the Air* [Serie de Televisión]. Lynch/Frost Productions.
- Fútbol mundial* [Programa de Televisión]. (1996-2005). Canal+ España.
- futbolvideonet. (2020). *El Día de Después (Canal+) (18.11.2002)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xs9jeUdmzM0&t=99s>
- FutbolVintage. (2019, diciembre 12). *EL DIA DESPUES- JORNADA 38 El campeonato del Depor (22-05-2000)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=f1qgTliREbI>

- Gabriel, E. (Director). (1997). *En la puta calle* [Película]. A.T.P.I.P. Producciones; Trastorno Films S.L.
- Gallo, I. (1997, septiembre 1). «El día después» vuelve con una sección protagonizada por los guiñoles. *El País*.
- Gallo, I. (1998a, agosto 25). «Las noticias del guiñol» de Canal+ se independizan y cambian de horario. *El País*.
- Gallo, I. (1998b, agosto 30). Con el humor discreto y silencioso de Tricycle, «Lo + Plus» celebra su programa número 500. *El País*.
- Gallo, I. (1999, noviembre 5). «Somos un seguro de vida», afirma la directora del programa “Epílogo”. *El País*.
- Gallo, I. (2000, septiembre 2). «Lo + Plus» se convierte en la alternativa de las sobremesas. *El País*.
- Gallo, I. (2003, octubre 25). Canal Plus interpreta en clave de humor las nuevas tecnologías. *El País*.
- Gallo, I. (2004, diciembre 5). «Hay quien ha declinado participar porque no pagamos». *El País*.
- Gallo, I. (2008, julio 5). Los guiñoles echan el telón. *El País*.
- Garci, J. L. (Director). (1994). *Canción de cuna* [Película]. Canal+; Nickel Odeón Dos; Televisión Española.
- Garci, J. L. (Director). (1997). *La herida luminosa* [Película]. Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Nickel Odeon; Televisión Española.
- Garci, J. L. (Director). (1998). *El abuelo* [Película]. Radio Televisión Española.
- García Avilés, J. A., Arias Robles, F., & Martín Jimenez, V. (2018). Los programas informativos: 1982-1990. En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 585-610). Cátedra.
- García Berlanga, L. (Director). (1961). *Plácido* [Película]. Jet Films.
- García Berlanga, L. (Director). (1985). *La vaquilla* [Película]. In-Cine Compañía Industrial Cinematográfica; Jet Films.

- García Berlanga, L. (Director). (1993). *Todos a la cárcel* [Película]. Antea Films; Central de Producciones Audiovisuales S.L.; Sogetel; Sogepaq.
- García Castillejo, Á. (2015). Radio y televisión local. Ciudad y ciudadanía en los medios audiovisuales. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 1(4), 119-132.
- García Sánchez, J. L. (Director). (1991). *La noche más larga* [Película]. I.d.e.a.; Iberoamericana Films Producción; Televisión Española.
- García Santamaría, J. V. (2015). *La exhibición cinematográfica en España: Cincuenta años de cambios*. Cátedra.
- Gas, M. (Director). (1998). *El pianista* [Película]. Massa d'Or Productions; Tornasol Films.
- Gast, L. (Director). (1996). *When We Were Kings* [Cuando éramos reyes] [Documental]. Das Films; David Sonenberg Production; Polygram Filmed Entertainment.
- Gaup, N. (Director). (1987). *Ofelas* [El guía del desfiladero (Pathfinder)] [Película]. Filmkameratene A/S; Mayco; Norsk Film; Norway Film Development.
- Gay, C. (Director). (2003). *En la ciudad* [Película]. Canal+ España; Generalitat de Catalunya - Institut Català de les Indústries Culturals; ICF Institut Català de Finances; Instituto de Crédito Oficial; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales; MEDIA Programme of the European Union; Messi.
- Geca. (1998). *Anuario de televisión*. Geca.
- Generación+* [Programa de Televisión]. (1999-2001). Canal+ España.
- George, G., & Bock, A. J. (2011). The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 83-111. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00424.x>
- Gershon, R. A. (1990). Pay Cable Television: A Regulatory History. *Communications and the Law*, 12.
- Ghalayini, S., Kirschner, D., Ziskin, R., Barbera, J., Hanna, W., & Sabella, P. (Productores ejecutivos). (1990-1992). *Wake, Rattle & Roll* [Despierta peque y al loro] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; Four Point Entertainment.
- Gibson, M. (Director). (1995). *Braveheart* [Película]. Icon Entertainment International;

- The Ladd Company; B.H. Finance C.V.; Icon Productions.
- Gibson, M. (Director). (2004). *The Passion of the Christ* [La pasión de Cristo] [Película]. Icon Productions.
- Gilbert, B. (Director). (1991). *Not Without My Daughter* [No sin mi hija] [Película]. Pathé Entertainment; Ufland.
- Giménez Rico, A. (Director). (1993). *Tres palabras* [Película]. Antena 3 Televisión; Atrium Productions; Canal+ España; Creativos Asociados de Radio y Televisión.
- Ginart, B. (1999, abril 1). Canal+ reúne a niños y ancianos en «El juego de las lunas». *El País*.
- Goldberg, G. D., & Weisman, S. (Director). (1991). *Brooklyn Bridge* [Puente de Brooklyn] [Serie de Televisión]. Paramount Television; Ubu Productions.
- Gómez-Escalonilla, G. (2003). *Programar televisión: análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Dykinson,.
- Gómez, A. P. (2002). *El control de las concentraciones de medios de comunicación: derecho español y comparado*. Dykinson.
- Gómez Martín, M. (2006). Los nuevos géneros de la neotelevisión. *Area Abierta*, 13, 1-8.
- Gómez Pereira, M. (Director). (1992). *Salsa rosa* [Película]. Audiovisuales Nebli; Cristal Producciones Cinematográficas S.A.
- Gómez, R. G. (1998, noviembre 23). «Canal One» satiriza la televisión desde el programa «Lo + Plus». *El País*.
- Gómez, R. G., & Gallo, I. (1999, enero 15). CNN+ presenta una oferta informativa de 24 horas al día elaborada en España. *El País*.
- Gómez, S. (2005, octubre 29). Se despide El Día Después. *AS*.
- Grant, G. (Productor ejecutivo). (1992). *Covington Cross* [Serie de Televisión]. Gil Grant Productions; Reeves Entertainment Group; Thames Television.
- Grant, M., Lachman, M., Orenstein, B., & Turteitau, S. (Productores ejecutivos). (1984-1989). *Kate & Allie* [Kate y Allie] [Serie de Televisión]. Alan Landsburg

- Productions; Mort Lachman & Associates; Reeves Entertainment Group.
- Graß, W. (Productor ejecutivo). (1992-1993). *Sauerkraut* [Serie de Televisión]. Taunus Film; Wiesberg.
- Gray, N. (Director). (1989). *Lord of the lions: Adamson of Africa* [Adamson, señor de los leones] [Documental]. TOPICS Entertainment.
- Griles, E., Sban, H., & Volpe, R. (Productores ejecutivos). (1986-1988). *Maple Town monogatari* [La aldea arce] [Serie de Televisión]. Toei Doga; Asatsu; Saban Productions; The Maltese Companies.
- Gross, S., Brooke-Huunt, T., Diez, C., Haffa, F., Lagé, H., & Prinz von Auersperg, F. (Productores ejecutivos). (1994-2004). *Tabaluga* [Serie de Televisión]. Yoram Gross EM-TV Pty. Limited; Yoram Gross Films; Zweites Deutsches Fernsehen.
- Guerrero Pérez, E., & Moreno Díaz, J. (2018). Los concursos y programas de variedades en TVE: noveades y continuidades desde 1982 a 1990. En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 673-692). Cátedra.
- Guinarte, M. (2012, junio 20). *BUENOS DIAS, BUENOS CLIPS - C+ 1995* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0jxkgUufiMQ>
- Gutiérrez Acha, J. (Director). (1997). *El latido del bosque* [Documental]. Bitis; Canal+ España; National Geographic Channel.
- Gunther, S., & Huber, L. (Productores ejecutivos). (1997-1999). *Cow and Chicken* [Vaca y Pollo] [Serie de Televisión]. Cartoon Network; David Feiss Productions; Frederator Studios; Hanna-Barbera Productions; New Line Television; Warner Bros. Televisio.
- Gunzerath, D. (2000). «Darn that pay TV!»: STV's challenge to American television's dominant economic model. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(4), 655-673. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404\\_8](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4404_8)
- Gurvitz, I., Gurvitz, M., & McCarthy, L. (Productores ejecutivos). (1991). *Charlie Hoover* [Serie de Televisión]. Ian Gurvitz Productions; Brillstein-Grey Entertainment; New World Television; TriStar Television.

- Gutiérrez Aragón, M. (Director). (1981). *Maravillas* [Película]. Arandano S.A.
- Gutiérrez Aragón, M. (Director). (1984). *Feroz* [Película]. Elías Querejeta Producciones Cinematográficas.
- Gutiérrez Aragón, M. (Director). (1995). *El rey del río* [Película]. Lolafilms; Sogetel.
- Gutiérrez, C. (Director). (1996). *Alma gitana* [Película]. Samarkanda Cine-Vídeo S.L.
- Guzmán, J. (2003, agosto 15). La Liga inglesa vuelve a Canal+. AS.
- Hader, A. (Productor). (1997). *The Great Siberian Grizzly* [Osos gigantes de Siberia] [Documental]. Discovery Channel.
- Hall, H. (Director). (1994). *Jewels of the Caribbean Sea* [Joyas del mar Caribe] [Documental]. WQED.
- Hamburg, J. (Director). (2004). *Along Came Polly* [Y entonces llegó ella] [Película]. Universal Pictures; Jersey Films; Loofah Productions.
- Hammervold, R., & Solberg, H. A. (2006). TV sports programs - Who is willing to pay to watch? *Journal of Media Economics*, 19(3), 147-162. [https://doi.org/10.1207/s15327736me1903\\_1](https://doi.org/10.1207/s15327736me1903_1)
- Handford, M., Heyward, A., & Orton, P. (Productores ejecutivos). (1991). *Where's Waldo?* [¿Dónde está Wally?] [Serie de Televisión]. DIC Entertainment; Waldo Film Company.
- Harris, S., Witt, P. J., Thomas, T., Wass, N., & Burrows, J. (Productores ejecutivos). (1998). *The Secret Lives of Men* [Ellos se lo cuentan todo] [Serie de Televisión]. Witt/Thomas/Harris Productions; Touchstone Television.
- Hartley, H. (Director). (1992). *Simple Men* [Película]. American Playhouse; Channel Four Films; Fine Line Features; True Fiction Pictures; Zenith Entertainment.
- Hay, L., Harvey, G., & Lindsay, G. (Productores ejecutivos). (1993-1997). *Madison* [Serie de Televisión]. Forefront Productions; Kaleidoscope Entertainment Inc.; Owl Centre for Children's Film & Television; TV Ontario; Access Network.
- Heeley, D. (Director). (1991). *The Fred Astaire Songbook* [El libro de baile de Fred Astaire] [Documental]. WNET Channel 13 New York; Turner Entertainment; KQED; WNET.

- Heeley, D. (Director). (1992). *Fonda on Fonda* [Fonda según Fonda] [Documental]. Top Hat Productions.
- Helgeland, B. (Director). (2001). *A Knight's Tale* [Destino de caballero] [Película]. Columbia Pictures; Escape Artists; Finestkind; Black and Blu Entertainment.
- Herrera, P. (1997, mayo). Flamenco. *Canal Plus Revista*, 80, 61.
- Herrero, M. (2003). *Programmimg and Direct Viewer Payment for Television: The Case of Canal Plus Spain*. EUNSA.
- Hidalgo-Marí, T., Segarra-Saavedra, J., & Palomares-Sánchez, P. (2021). In-depth study of Netflix's original content of fictional series. Forms, styles and trends in the new streaming scene. *Communication & Society*, 34(3), 1-13. <https://doi.org/10.15581/003.34.3.1-13>
- Hirsh, M., Loubert, P., Smith, C., Bertrand-Jaume, P., Sperry, S., Hart, S., Amano, K., Ross, C., & Réa, R. (Productores ejecutivos). (1989-2002). *Babar* [Serie de Televisión]. Nelvana; Ellipse Animation; The Clifford Ross Company; Canadian Broadcasting Corporation; The Family Channel; Global; Téléfilm Canada; Le Canal Famille; Télévision Quatre Saisons; Canal+; France 3; Home Box Office; Media United; Kôdansha; TV-Loonland AG;
- Hirsh, M. (Productor ejecutivo). (1994-1996). *Gargoyles* [Gargoyles: Héroes mitológicos] [Serie de Televisión]. Buena Vista Television; Disney Television Animation; Walt Disney Animation Japan.
- Hirsh, M., Arnold, T., & Barr, R. (Productores ejecutivos). (1990). *Little Rosey* [La pequeña Rosey] [Serie de Televisión]. Nelvana.
- Hirsh, M., Jones, T., Loubert, P., Réa, R., Smith, C., & Bernasconi, S. (Productores ejecutivos). (1996-1998). *Blazing Dragons* [Dragones en la corte] [Serie de Televisión]. Nelvana; Ellipse Animation; Carlton Television.
- Hirsh, M., Tugend, J. L., Loubert, P., Milchan, A., Shuler Donner, L., & Smith, C. (Productores ejecutivos). (1994-1995). *Free Willy* [Liberad a Willy] [Serie de Televisión]. Canal+; Donner/Shuler-Donner Productions; Nelvana; Regency Entertainment; Warner Bros. Television.
- Hish, M., Peitz, B., Geissler, D., Bernasconi, S., Gildas, P., Loubert, P., & Réa, R.

- (Productores ejecutivos). (1995-1996). *The Neverending Story* [La historia interminable] [Serie de Televisión]. Cinevox Filmproduktion GmbH; Ellipse Animation; HIT Entertainment; Nelvana.
- Hoffman, M. (Director). (2002). *The Emperor's Club* [El club de los emperadores] [Película]. Beacon Communications; Fine Line Features; Horsepower Films; LivePlanet; Longfellow Pictures; Sidney Kimmel Entertainment.
- Holland, S. S. (Productor ejecutivo). (1992-1997). *Eek! the Cat* [Eek! El gato] [Serie de Televisión]. Savage Studios; Nelvana; Fox Children's Productions; Film Roman Productions; Saban Entertainment.
- Holland, T. (Director). (1987). *Child's Play* [Muñeco diabólico] [Película]. United Artists.
- Hollander, D., Johnson, M., Moosekian, V., Perry, M. R., & Pressman, M. (Productores ejecutivos). (2001-2004). *The Guardian* [El guardián] [Serie de Televisión]. David Hollander Productions; Gran Via; CBS Productions; Sony Pictures Television; Columbia TriStar Television; Rosecrans Productions Inc.; Sony Pictures Entertainment; Three Rivers Entertainment.
- Holmes, M., & Scholey, K. (Productores). (1997). *Polar Bear: The Arctic Warrior* [El imperio del oso polar] [Documental]. BBC Bristol; British Broadcasting Corporation; WNET.
- Homo Zapping* [Programa de Televisión]. (2003-2007). El Terrat.
- Hopewell, J. (2001, septiembre). Sogecine timeline. *Variety*, 76.
- Horrox, A., Price, R. D., Mulvaney, J., & Yudin, M. (Productores ejecutivos). (1992-1995). *The Tomorrow People* [Los chicos del mañana] [Serie de Televisión]. Central Independent Television; Thames Television; Tetra Films; Nickelodeon UK.
- Howard, R. (Director). (1985). *Cocoon* [Película]. Twentieth Century Fox; Zanuck/Brown Productions; SLM Production Group; St. Petersburg Clearwater Film Commission.
- Hoynes, W. (2003). Branding Public Service. *Television & New Media*, 4(2), 117-130. <https://doi.org/10.1177/1527476402250672>



- Huchez, B.-R. (1997). *Michel Strogoff* [Miguel Strogoff] [Serie de Televisión]. France 3; I.D.D.H.
- Hudelet, A. (2020). Dealing with Long Duration: TV Series, Aesthetics and Close Analysis. *http://journals.openedition.org/inmedia*, 8.1, 1-20. <https://doi.org/10.4000/INMEDIA.1931>
- Hughes, J. (Director). (1991). *Curly Sue* [La pequeña pícara] [Película]. Warner Bros.; Hughes Entertainment; Paramount Pictures.
- Hutchins, B., Li, B., & Rowe, D. (2019). Over-the-top sport: live streaming services, changing coverage rights markets and the growth of media sport portals: *Media, Culture & Society*, 41(7), 975-994. <https://doi.org/10.1177/0163443719857623>
- Hyams, P. (Director). (1999). *Narrow Margin* [Testigo accidental] [Película]. Carolco Pictures.
- Ibarretxe, E. (Director). (1997). *Sólo se muere dos veces* [Película]. Lolafilms; Sogetel.
- Iborra, M. (Director). (2001). *Clara y Elena* [Película]. Anola Films S.L.; Ensueño Films; Vía Interactiva S.L.
- Imamura, S. (Director). (1997). *Unagi* [La anguila] [Película]. Eisei Gekijo; Groove Corporation; Imamura Productions; KSS; NHK Enterprises; Satellite Cinema; Shochiku.
- IMDB. (s. f.). *Women: Stories of Passion*. IMDB. Recuperado 6 de abril de 2021, de [https://www.imdb.com/title/tt0126179/?ref\\_=hm\\_rvi\\_tt\\_i\\_14](https://www.imdb.com/title/tt0126179/?ref_=hm_rvi_tt_i_14)
- Iñárritu, A. G. (Director). (2003). *21 Grams* [21 gramos] [Película]. This Is That Productions; Y Productions; Mediana Productions Filmgesellschaft.
- Información meteorológica* [Programa de Televisión]. (1990-1995). Canal+ España.
- Informativos deportivos* [Programa de Televisión]. (1991-1995). Canal+ España.
- Irvin, J. (Director). (2001). *The Fourth Angel* [El cuarto ángel] [Película]. New Legend Media; Norstar Entertainment; Rafford Films; Sky Pictures.
- Istvan, K. (Director). (2001). *Eternal Love* [Película]. Private.
- Ivory, J. (Director). (2003). *Le divorce* [Película]. Merchant Ivory Productions; Radar

Pictures.

James, S. (Director). (1994). *Hoop Dreams* [NBA: el sueño de la calle] [Documental]. KTCA Minneapolis; Kartemquin Films.

Jarecki, A. (Director). (2003). *Capturing the Friedmans* [Documental]. HBO Documentary; Hit The Ground Running Films; Notorious Pictures.

Jarmusch, J. (Director). (1989). *Mystery Train* [Película]. JVC Entertainment Networks; Mystery Train.

Javi Isla. (2015a). *EL DIA DESPUES 1996* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KxnxlSimRbs&t=1s>

Javi Isla. (2015b). *EL DIA DESPUES 1ª y 2ª jornada 96 97, RONALDO* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RGq69CeFFOY>

Jené, L., & Gispert, O. (Directores). (2002). *Aupa, Pafadnam!* [Documental]. Media 3.14; Euskal Irrati Telebista.

Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 20(3), 304-320. <https://doi.org/10.1177/1367877915606485>

Jeunet, J.-P. (Director). (2001). *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* [Amélie] [Película]. Claudie Ossard Productions; Union Générale Cinématographique; Victoires Productions; Tapioca Films; France 3 Cinéma; MMC Independent; Sofica Sofinergie 5; Filmstiftung Nordrhein-Westfalen; Canal+.

Jiménez, V. (1992, abril 15). Jorge Valdano ficha como entrenador del Tenerife. *El País*.

Joanou, P. (Director). (1988). *U2: Rattle and Hum* [Documental]. Paramount Pictures; Midnight Films.

Joffe, M. (Director). (1991). *Spotswood* [Película]. Australian Film Finance Corporation; Film Victoria; Meridian Films; Smiley Productions; The Australian Film Commission.

Johnston, J. (Director). (1995). *Jumanji* [Película]. TriStar Pictures; Interscope Communications; Teitler Film.

Jones, D. E. (1990). El vídeo doméstico. Transformación del mercado audiovisual

español. *Telos*, 21, 27-46.

Jones, P. (Productor ejecutivo). (1973-1976). *Man About the House* [Un hombre en casa] [Serie de Televisión]. Thames Television.

Jones, T. (Director). (1989). *Erik the Viking* [Erik el vikingo] [Película]. KB Erik the Viking; Prominent Features; Svensk Filmindustri.

Jordan, N. (Director). (1994). *Interview with the Vampire* [Entrevista con el vampiro] [Película]. Geffen Pictures.

Jorge JAG. (2013, mayo 27). +*TEVALE XXL 22 Mayo 2004 (5 primeros minutos)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qW9hDWMtFx0>

Joubert, D. (Director). (1991). *Zebras: Patterns in the Grass* [Cebras, mil dibujos en la pradera] [Documental]. National Geographic Television.

Joubert, D. (Director). (1992). *Eternal Enemies: Lions and Hyenas* [Leones y hienas, enemigos eternos] [Documental]. National Geographic Society; Wildlife Films Botswana.

Juárez, J. M. (Director). (2003). *Cosa de brujas* [Película]. Alma Ata International Pictures S.L.; Taznia Media; Televisión Española; Vía Digital.

Kaplan, J. (Director). (1994). *Bad Girls* [Cuatro mujeres y un destino] [Película]. Twentieth Century Fox; The Ruddy Morgan Organization.

Kaplan, V., Fisch, J., Pollack, B., Rich, M., Dutton, C. S., van Lowe, E., Daniels, S., & Abugov, J. (Productores ejecutivos). (1991-1994). *Roc* [Serie de Televisión]. HBO Independent Productions; Home Box Office.

Kapur, S. (Director). (2002). *The Four Feathers* [Las cuatro plumas] [Película]. Paramount Pictures; Miramax; Jaffilms; Belhaven Limited; Blinding Edge Pictures; Dune Films; Marty Katz Productions.

Kasdan, L. (Director). (1994). *Wyatt Earp* [Película]. Warner Bros.; Tig Productions; Kasdan Pictures; Eaves Movie Ranch; Paragon Entertainment Corporation.

Kaul, S., Ali, F., Janakiram, S., & Wattenström, B. (2008). Business Models for Sustainable Telecoms Growth in Developing Economies. En *Business Models for Sustainable Telecoms Growth in Developing Economies*. John Wiley & Sons, Ltd.

<https://doi.org/10.1002/9780470987759>

- Kaurismäki, A. (Director). (1996). *Kauas pilvet karkaavat* [Nubes pasajeras] [Película]. Sputnik; Yleisradio; Pandora Filmproduktion; Pyramide Productions.
- Keefe, P. (Productor ejecutivo). (1990). *Widget, the World Watcher* [Widget] [Serie de Televisión]. Calico Entertainment; Zodiac Entertainment.
- Keeve, D. (Director). (1995). *Unzipped* [Documental]. Hachette Filipacchi Films; Miramax.
- Kemp, B., Peaslee, J., Pillot, J., Bull, S., Kirschenbaum, A., Ganzel, M., & Johnson, B. (Productores ejecutivos). (1989-1997). *Coach* [Entrenador] [Serie de Televisión]. Bungalow 78 Productions; Universal Television; American Broadcasting Company; Universal Network Television.
- Kieslowski, K. (Director). (1994). *Trois couleurs: Blanc* [Tres colores: Blanco] [Película]. MK2 Productions; France 3 Cinéma; CAB Productions; Zespol Filmowy «Tor»; Canal+; CED Productions; Fonds Eurimages du Conseil de l'Europe.
- King, M. P., Melfi, J. P., Bicks, J., Parker, S. J., Chupack, C., Star, D., & Jossen, B. (Productores ejecutivos). (1998-2004). *Sex and the City* [Sexo en Nueva York] [Serie de Televisión]. Darren Star Productions; Home Box Office; Sex and the City Productions.
- King, S., Carliner, M., & von Trier, L. (Productores ejecutivos). (2004). *Kingdom Hospital* [Hospital Kingdom] [Serie de Televisión]. Touchstone Television; Mark Carliner Productions; Sony Pictures Television; American Broadcasting Company; Hospital Productions; Janet Yang Productions.
- Kirschner, D., Young, M., & Potamkin, B. (Productores ejecutivos). (1992-1993). *The Addams Family* [La familia Adams] [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; Turner Program Services; Turner Broadcasting System.
- Kitano, T. (Director). (1997). *Hana-bi* [Hana-bi. Flores de fuego] [Película]. Bandai Visual Company; TV Tokyo; Tokyo FM Broadcasting Co.; Office Kitano.
- Kleiser, R. (Director). (1991). *White Fang* [Colmillo blanco] [Película]. Walt Disney Pictures; Silver Screen Partners IV; Hybrid Productions Inc.

- Kline, J., MacDonald, L., Parkes, W. F., & Raynis, R. (Productores ejecutivos). (1997-2001). *Men in Black: The Series* [Men in Black] [Serie de Televisión]. Amblin Entertainment; Columbia TriStar Television; Adelaide Productions; Marvel Comics; Marvel Entertainment; Marvel Television.
- Kline, J., Raynis, R., & Richardson, M. (Productores ejecutivos). (1999-2001). *Big Guy and Rusty the Boy Robot* [Grandullón y Robotín] [Serie de Televisión]. Dark Horse Entertainment; Columbia TriStar Television; Adelaide Productions.
- Kosminsky, P. (Director). (2002). *White Oleander* [La flor del mal] [Película]. Warner Bros.; Gaylord Films; John Wells Productions; Oleander Productions; Pandora Filmproduktion.
- Kotcheff, T. (Director). (1989). *Weekend at Bernie's* [Este muerto está muy vivo] [Película]. Gladden Entertainment.
- Kramski, K. (Director). (2000). *Free Sex* [Historia de un perverso] [Película]. Vivid.
- Kuhn, R. (1995). *The media in France*. Routledge.
- Kujala, S., Artto, K., Aaltonen, P., & Turkulainen, V. (2010). Business models in project-based firms - Towards a typology of solution-specific business models. *International Journal of Project Management*, 28(2), 96-106. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2009.08.008>
- La casa del fútbol. (2020, septiembre 7). *30 años de El Día Después* [Vídeo] [Publicación de estado]. Facebook. <https://fb.watch/8DLYODU1Kp/>
- La domenica sportiva* [Programa de Televisión]. (1953-presente). Radiotelevisione italiana.
- La hora Wiki* [Programa de Televisión]. (2004-2005). Canal+ España.
- La noche + clásica* [Programa de Televisión]. (2002-2004). Canal+ España.
- La Vanguardia*. (1982, marzo 27). TV privada: Luz verde. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1987a, abril 4). Diversidad de opiniones entre los titulares de los medios de comunicación. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1987b, abril 7). El Gobierno se reserva notables posibilidades de control. *La Vanguardia*.

- La Vanguardia*. (1989, abril 8). Prisa y Canal Plus, accionistas de un proyecto de televisión privada. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1990, septiembre 15). Canal Plus, primera televisión de pago en España, estrenó ayer su emisión regular. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1996a, julio 20). La Comisión Europea abre una investigación a fondo sobre Cablevisión. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1996b, noviembre 20). Philips suministrará los decodificadores para la oferta digital de Canal+. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1997a, enero 31). Canal Satélite Digital ofrece a partir de hoy 25 canales de televisión y radio vía satélite. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1997b, febrero 7). A la opinión. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1997c, septiembre 16). Vía Digital inaugura sus emisiones y Canal Satélite Digital amplía su oferta. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (1997d, diciembre 5). «Ofrecemos gran calidad a un precio competitivo» (Pedro Pérez). *La Vanguardia*.
- La Vanguardia*. (2005, febrero 24). El PSOE defiende que la petición de Canal Plus se ajusta a la ley. *La Vanguardia*.
- LaCroix, G., & Renato. (Productores ejecutivos). (1994). *Insektors* [Serie de Televisión]. Fantôme Animation; France 3.
- Lafon, B. (2010). France 3, a state institution: the French model of regional television. *Media History*, 16(1), 103-108. <https://doi.org/10.1080/13688800903395536>
- Lakunza, R. (2020, agosto 8). ¿Qué fue de... Ramón Arangüena? *Diario de Noticias de Navarra*.
- Landaluce, E. (2018, marzo 2). Nadie quiere emitir el «Epílogo» de Carmen Franco. *El Mundo*.
- Landis, J. (Director). (1988). *Coming to America* [El príncipe de Zamunda] [Película]. Paramount Pictures; Eddie Murphy Productions.
- Landis, J. (Director). (1998). *Blues Brothers 2000* [Película]. Universal Pictures.

- Landis, J., Wolotzky, R., Bright, K., Crane, D., Kauffman, M., Engel, S., Belzberg, L., & Weiss, R. K. (Productores ejecutivos). (1990-1996). *Dream On* [Sigue soñando] [Serie de Televisión]. Kevin Bright Productions; MCA Television Entertainment; St. Clare Entertainment.
- Lara, R., & Évole, J. (Directores). (2020). *Eso que tú me das* [Documental]. Producciones del Barrio; Atresmedia Cine.
- Laura Martín. (2020, mayo 25). *Julio Anguita. ¡Entrevista inédita! Programa Epílogo* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YjsN7AYgU5Y>
- Lawrence, B., Winston, R. K., Donovan, G., Goldman, N., Schwartz, M., Allan, G., Weinberg, E., Hobert, T., Callahan, B., Tarses, M., Bakken, J., Fordham, D., Stegemann, M., Quill, T., Nissel, A., Braff, Z., Bycel, J., & Groff, J. (Productores ejecutivos). (2001-2010). *Scrubs* [Serie de Televisión]. Doozer; Towers Productions; ABC Signature; Touchstone Television.
- Lazkano, A. (Director). (1992). *Los años oscuros* [Película]. Jose María Lara P.C.
- Loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle. Journal Officiel de la République Française., (1982).
- Le Castel, J.-Y. (Director). (2002). *Jean-Yves Le Castel* [Alpine Sex] [Película]. Private.
- Le fou Andaluz. (2013, mayo 4). *Saul Meral en Canal Plus «Aventura Aventura» año 1991* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=DY50\\_9Qp9tA](https://www.youtube.com/watch?v=DY50_9Qp9tA)
- Leder, M. (Director). (1997). *The Peacemaker* [El pacificador] [Película]. Dreamworks Pictures; Parkes/MacDonald Image Nation.
- Leder, M. (Director). (1998). *Deep Impact* [Película]. Paramount Pictures; Dreamworks Pictures; Zanuck/Brown Productions; Manhattan Project; Amblin Entertainment.
- Lee, A. (Director). (2003). *Hulk* [Película]. Universal Pictures; Marvel Enterprises; Valhalla Motion Pictures; Good Machine.
- Legasa, M. (2020, octubre 13). Los Guiñoles: la historia del informativo satírico que hizo reír a la España de fin de siglo. *Uppers*.
- Lehmann, M. (Director). (1991). *Hudson Hawk* [El gran Halcón] [Película]. TriStar Pictures; Silver Pictures; Ace Bone.

- León de Aranoa, F. (Director). (2001). *Caminantes* [Documental]. José Ibáñez-Martín Piran; Pentagrama Films; Plural Entertainment.
- Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, Pub. L. No. 724, 844 a 848 (1980).
- Leslie, J. (Director). (1997). *Fresh Meat 4* [Película]. Evil Angel.
- Lesmes, E. (Director). (2001). *El palo* [Película]. Bocaboca Producciones; Canal+ España; Telecinco.
- Levant, B. (Director). (1994). *The Flintstones* [Los Picapiedra] [Película]. Universal Pictures; Amblin Entertainment; Hanna-Barbera Productions.
- Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 14153 (1997).
- Libertad Digital*. (2003, marzo 6). Nace En la banda, la nueva apuesta deportiva de Radio Intereconomía. *Libertad Digital*.
- Liebowitz, J. (1979). Superstation Development and the Changed Potential of Cable Television: Regulatory Problems and Possible Solutions. *Copyright Law Symposium (ASCAP)*, 29.
- Liimatainen, A. (Director). (1994). *Strange and Rich* [Un caso para dos] [Película]. Credo Group Limited; Kicking Horse Productions Ltd.; WDC Entertainment Inc.
- Lilienheim Angelico, I. (Director). (1998). *The Cola Conquest* [El imperio Coca-Cola] [Serie Documental]. DLI Productions.
- Lisemore, M. (Productor ejecutivo). (1976). *I, Claudius* [Yo, Claudio] [Serie de Televisión]. British Broadcasting Corporation; London Film Productions.
- Lizzani, C. (Director). (1996). *Celluloide* [Película]. Dean Film; Production Group; Istituto Luce; Tele+; RAI Radiotelevisione Italiana; Presidenza del Consiglio del Ministri-Dipartimento dello Spettacolo.
- Llagostera, F. (Director). (1989). *Gran Sol* [Película]. Irati Filmak; Laurenfilm; Mare Nostrum Produccions S.A.; Productora Catalana de Tele-Video.



Llera, S., & Rancaño, H. (Productores ejecutivos). (1992-1994). *Cuttlas Microfilms* [Serie de Televisión]. Tijuana Films; Televisión Española; Tabalet Estudios; Canal 9 Televisió Valenciana.

*Lo + Plus* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.

Loach, K. (Director). (1995). *Land and Freedom* [Tierra y libertad] [Película]. ARD Degeto Film; BIM Distribuzione; British Broadcasting Corporation; British Screen Productions; Canal+ España; Canal+; Diaphana Films; Eurimages; European Co-production Fund; Filmstiftung Nordrhein-Westfalen; Messidor Films; Parallax Pictures; Polygram .

Loesch, M., Gunther, L., Henson, J., Frith, M. K., & Taritero, J. (Productores ejecutivos). (1984-1991). *Muppet Babies* [Los pequeños] [Serie de Televisión]. Marvel Productions; Henson Associates; Jim Henson Productions; The Jim Henson Company.

López-Linares, J. L., & Rioyo, J. (Directores). (2000). *Extranjeros de sí mismos* [Documental]. Canal+ España; Cero en Conducta S.L.; Televisión Española.

López Alba, G., & Echevarría, J. (1989, julio 28). «Canal Plus» divide al Gobierno en la TV privada. *ABC*.

López, E. (Productor). (1996-2008). *Las noticias del guiñol* [Programa de Televisión]. Canal+ España.

López, E. (Productor). (1997-2005). *La semana del guiñol* [Programa de Televisión]. Canal+ España.

López, Víctor. (1995, septiembre 4). Quinta temporada para «El día después». *El País*.

López, Victoriano. (1992, agosto 28). «Soy un hombre de riesgo». *El País*.

López, Victoriano. (1996, febrero 29). Sportmanía emite ya cinco horas diarias de programación deportiva. *El País*.

Loriga, R. (Director). (1997). *La pistola de mi hermano* [Película]. Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.

*Los 40 principales* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.

*Los jóvenes flamencos* [Programa de Televisión]. (1994). Canal+ España.

- Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, Pub. L. No. 303, Boletín Oficial del Estado 37409 a 37419 (1987).
- Lozz-o-Rama. (2019, marzo 12). *Lo + Plus y Las Noticias del Guiñol (1996)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=o5RjX5uRyxM&t=16s>
- Ley 22/1987, de 11 de noviembre, de Propiedad Intelectual, Pub. L. No. 275, Boletín Oficial del Estado 34163 a 34176 (1987).
- Loi n° 64-621 du 27 juin 1964, portant statut de l'Office de radiodiffusion-télévision française, 5636 (1964).
- Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos., 20742 (1997).
- Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión, Pub. L. No. 250, 247 a 248 (1984).
- Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres, Pub. L. No. 309, Boletín Oficial del Estado 36940 a 36944 (1995).
- Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, Pub. L. No. 11073, 13666 a 13669 (1988).
- Luhrmann, B. (Director). (2001). *Moulin Rouge* [Película]. Twentieth Century Fox; Bazmark Films.
- Luis Miguel Pedrero Esteban. (2016, marzo 14). *“Mucho Más” Canal+ 1 Millón Abonados* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UpHb5fXXJIw>
- Luis Molina. (2019a). *Ana Belén - Entrevista en «Lo + plus» (1997)* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=VcyM\\_\\_O5RZs](https://www.youtube.com/watch?v=VcyM__O5RZs)
- Luis Molina. (2019b). *Ana Belén - Entrevista en «Lo + plus» (2003)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BenId9qnqNY>
- Luke Skywalker d'Oriola. (2015, febrero 12). *Programa - Primer Plano - Canal + 1993* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=kRBEHzZ3\\_l8](https://www.youtube.com/watch?v=kRBEHzZ3_l8)
- Luketic, R. (Director). (2001). *Legally Blonde* [Una rubia muy legal] [Película]. Metro-Goldwyn-Mayer; Marc Platt Productions.

- Luna, B. (Director). (1979). *Caniche* [Película]. Figaro Films.
- Luna, B. (Director). (1990). *Las edades de Lulú* [Película]. Iberoamericana Films Internacional; Apricot.
- Luna, B. (Director). (1992). *Jamón Jamón* [Película]. Lolafilms; Ovídeo TV; Sogepaq.
- Lynch, D. (Director). (1988). *The Cowboy and the Frenchman* [Cortometraje]. Erato Films; Figaro Films; Socpresse.
- Lynch, D. (Director). (2001). *Mulholland Dr.* [Mulholland Drive] [Película]. Les Films Alain Sarde; Asymmetrical Productions; Babbo Inc.; Canal+; The Picture Factory.
- Lynch, D., Angelopoulos, T., Aranda, V., Boorman, J., Chahine, Y., Corneau, A., Costa-Gavras, Depardon, R., Girod, F., Greenway, P., Hallström, L., Hudson, H., Kaboré, G., Kiarostami, A., Klapisch, C., Konchalovskiy, A., Lee, S., Lelouch, Luna, B., Moon, S., Penn, A., Pintilie, L., Sanders-Brahms, H., Schatzberg, J., Trintignant, N., Trueba, F., Ullmann, L., van Dormael, J., Wargnier, R., Wenders, W., Yoshida, Y., Zhang, Y., Allouache, M., Axel, G., Haneke, M., Ivory, J., Leconte, P., Merchant, I., Miller, C., Ouedraogo, I., & Rivette, J. (Directores). (1995). *Lumière et compagnie* [Lumière y compañía] [Documental]. CinéTévé; La Sept-Arte; Igeldo Komunikazioa; Søren Stærmose AB; Canal+; ARTE; Eurimages; Musée du Cinéma de Lyon.
- Lynch, D., & Montgomery, M. (Productores ejecutivos). (1993). *Hotel Room* [Serie de Televisión]. Asymmetrical Productions; Propaganda Films.
- Lynch, J., & Lynch, T. (Productores ejecutivos). (1997-2000). *The Journey of Allen Strange* [El viaje de Allen Strange] [Serie de Televisión]. Lynch Entertainment; Nickelodeon Network.
- Lyne, A. (Director). (1987). *Fatal Attraction* [Atracción fatal] [Película]. Paramount Pictures.
- Lyne, A. (Director). (1993). *Indecent Proposal* [Una proposición indecente] [Película]. Paramount Pictures.
- Lynn, J. (Director). (1992). *The Distinguished Gentleman* [Su distinguida señoría] [Película]. Hollywood Pictures; Touchwood Pacific Partners 1.

- MacCurdy, J. (Productores ejecutivos). (1996-2000). *Superman* [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; DC Comics; Warner Bros. Television.
- MacCurdy, J. (Productores ejecutivos). (1999-2001). *Batman Beyond* [Batman del futuro] [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; DC Comics; Warner Bros. Television.
- MacCurdy, J. (Productores ejecutivos). (2001-2003). *The Zeta Project* [El proyecto Zeta] [Serie de Televisión]. DC Comics; Warner Bros. Animation; Warner Bros. Television Animation.
- MacDonald, P. (Director). (1988). *Rambo III* [Película]. Carolco Pictures.
- Maddicott, D. (Productores ejecutivos). (1993-1994). *Rubbish, King of the Jumble* [Gatobasura, el rey de los trastos] [Serie de Televisión]. A for Animation; CST Productions; Harlech Television.
- Maddicott, D., Powell, M., Schrager Powell, V., & Wolf, F. (Productores ejecutivos). (1994-1996). *Budgie the Little Helicopter* [Budgie, el pequeño helicóptero] [Serie de Televisión]. The Sleepy Kid Company Limited; Fred Wolf Films; Harlech Television; Martin Gates Productions.
- Magacine* [Programa de Televisión]. (1996-2005). Canal+ España.
- Maillé, E. (Director). (1998). *Curro Romero: La leyenda del tiempo* [Documental]. Canal+; D.M.V.B. Films; Maestranza Films.
- Mañas, A. (Director). (2003). *Noviembre* [Película]. Alta Films; Tesela Producciones Cinematográficas.
- Mann, M. (Director). (2001). *Ali* [Película]. Columbia Pictures; Forward Pass; Initial Entertainment Group; Moonlighting Films; Overbrook Entertainment; Peters Entertainment; Picture Entertainment.
- Manu Guinarte. (2013). *HUGH GRANT EN LO + PLUS - 1996 Interview* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JsX57x5qNaA&t=61s>
- Manu Guinarte. (2017). *ESPAÑA VA BIEN - Especial Guiñoles Canal +* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TdXy3NEr1HI>
- Maqua, J. (Director). (1997). *Chevrolet* [Película]. IMVAL Producciones.

- Maqua, J. (Director). (2001). *Carne de gallina* [Película]. Creativos Asociados de Radio y Televisión; Televisión Española; Vía Digital; Último Pase Producciones S.L.
- Marcos, C. (2005a, julio 31). El Gobierno permite a Canal Plus emitir en abierto 24 horas. *El Mundo*.
- Marcos, C. (2005b, noviembre 7). Canal Plus se abre y se transforma esta noche en Cuatro. *El mundo*.
- Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Gedisa.
- Marin Vila, T. (Productor ejecutivo). (1995-2003). *Las tres mellizas* [Serie de Televisión]. Cromosoma TV produccions; Televisió de Catalunya; Club d'Investissement Média; Generalitat de Catalunya - Departament de Cultura.
- Mario BS VHS. (2018). *30-11-1997 Canal Plus - La Semana del Guiñol*. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZbJSUkEmt5A>
- Markle, P. (Director). (1994). *Wagons East* [Caravana al Este] [Película]. Carolco Pictures; Goodman/Rosen Productions; Outlaw Productions; TriStar Pictures; Wagons East N.V.
- Marshall, G. (Director). (1990). *Pretty Woman* [Película]. Touchstone Pictures; Silver Screen Partners IV.
- Marshall, P. (Director). (1988). *Big* [Película]. American Entertainment Partners II L.P.; Gracie Films; Twentieth Century Fox.
- Marshall, P. (Director). (1994). *Renaissance Man* [Un poeta entre reclutas] [Película]. Cinergi Pictures Entertainment; Parkway Productions; Touchstone Pictures.
- Martín-Quevedo, J., Fernández-Gómez, E., & Segado-Boj, F. (2021). La estrategia promocional de Netflix y HBO en Instagram en un escenario de competencia. Análisis de sus perfiles en España y en EE. UU. *Obra digital*, 20, 97-112. <https://doi.org/10.25029/od.2021.290.20>
- Martín, A. (2019, octubre 14). El día después: El futbolista al que un inglés y una cámara hicieron reportero. *El País*.
- Martin, J., Kirkman, R., Ocko, P., & Scott, J. (Productores ejecutivos). (2000-2002). *Baby*

- Blues* [Serie de Televisión]. Split the Difference Productions; Warner Bros. Animation; Warner Bros. Television.
- Martín Jiménez, V. (2018). Los programas de entrevistas (1975-1982). En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 495-508). Cátedra.
- Martínez-Lázaro, E. (Director). (1986). *Lulú de noche* [Película]. Kaplan; Fernando Trueba Producciones Cinematográficas; Televisión Española; Kaplan S.A.
- Martínez Herrada, C. (Director). (1998). *Manos de seda* [Película]. Audiovisuales Nebli Dexiderius Producciones Audiovisuales S.L.
- Martínez, L. (1995, septiembre 2). Catorce guiñoles protagonizan la nueva etapa de «Lo más plus». *El País*.
- Martínez Lázaro, E. (Director). (1991). *Amo tu cama rica* [Película]. Kaplan S.A.
- Martínez Lázaro, E. (Director). (2002). *El otro lado de la cama* [Película]. Impala; Mogambo; Telecinco; Telespan 2000; Vía Digital.
- Más deporte* [Programa de Televisión]. (1995-2005). Canal+ España.
- Más o menos multiplicado o dividido* [Programa de Televisión]. (1996-1999). Canal+ España.
- Masllorens, R. (Director). (1993). *Todo falso* [Película]. La Productora.
- Matallana, S. (Director). (1996). *El ángel de la guarda* [Película]. Alta Films; Canal+ España; E.C.A.A.; Producciones Cinematográficas y Teatrales El Espejo S.L.; Televisión Española.
- Match of the Day* [Programa de Televisión]. (1964-presente). British Broadcasting Corporation.
- Mateos-Pérez, J. (2007). Canal 10 TV: el espejismo de la primera televisión privada de España. *Historia y Comunicación Social*, 12, 95-110.
- Mateos-Pérez, J. (2009). La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 315-334.

- Mateos-Pérez, J., & Cabeza, J. (2015). El cine durante la primera competencia televisiva española (1990-1994). *Signo y pensamiento*, 34(67), 58-74.
- Mauldin, N. (Productor ejecutivo). (1992-1995). *Capitol Critters* [Max en la Casa Blanca] [Serie de Televisión]. Steven Bochco Productions; 20th Century Fox Television; Hanna-Barbera Productions; Taft Entertainment Television.
- maximo pradera. (2003). *Javier Pradera y Fernando Savater en Lo + plus (Primera Parte)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MCdwkkVRaDY>
- Mayorga Escalada, S., & Pedrero Esteban, L. M. (2015). El deporte como herramienta estratégica en la construcción de la marca Canal+ España. *Fonseca, Journal of Communication*, 10(1), 241-262.
- McChesney, R. W. (2016). Public Broadcasting: Past, Present, and Future. En M. P. McCauley, B. L. Artz, D. Halleck, & P. E. Peterson (Eds.), *Public Broadcasting and the Public Interest* (pp. 33-45). Routledge.
- McFadyen, I. (Productor ejecutivo). (1990-1993). *Let the Blood Run Free* [Deja la sangre correr] [Serie de Televisión]. Media Arts; Network Ten.
- McGrath, R. G. (2010). Business models: A discovery driven approach. *Long Range Planning*, 43(2-3), 247-261. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.005>
- McLaughlin, S., Schwartz, S., & MacCurdy, J. (Productores ejecutivos). (2001-2004)). *Justice League* [La Liga de la Justicia] [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; DC Comics; Warner Bros.
- McTiernan, J. (Director). (2003). *Basic* [Película]. Phoenix Pictures; Intermedia Films.
- Medem, J. (Director). (1992). *Vacas* [Película]. Departamento de Cultura del Gobierno Vasco; Idea; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales; Sogetel.
- Medem, J. (Director). (1993). *La ardilla roja* [Película]. Sogetel.
- Melero, G. (2020, abril 28). Atotxa, el laboratorio de Robinson. *Mundo Deportivo*.
- Mercado-Saez, M. T. (2020). La crónica rosa en la Neotelevisión española como formato del infoentretenimiento: análisis de Tómbola (RTVV, 1997-2004). | Estudios sobre el Mensaje Periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 665-677.
- Mercero, A. (Director). (2003). *Planta 4ª* [Película]. Bocaboca Producciones.

- Mesce, B. J. (2015). *Inside the Rise of HBO: A Personal History of the Company That Transformed Television*. McFarland.
- Métais, P., E. Miller, W., & Schon, J. (Productores ejecutivos). (1983-1986). *The Legend of Prince Valiant* [El príncipe valiente] [Serie de Televisión]. Hearst Entertainment Productions; I.D.D.H.; The Family Channel; Polyphon Film-und Fernsehgesellschaft.
- Metzstein, S. (Director). (2000). *The Name of This Film Is Dogme95* [Cine Dogma, El Decálogo] [Documental]. Minerva Pictures.
- Michels, L., Signorelli, J., Doumanian, J., & Ebersol, D. (Producers ejecutivos). (1975-presente). *Saturday Night Live* [Programa de Televisión]. NBC Studios; NBC Universal Television; Broadway Video; NBC Productions; NBC; SNL Studios.
- Mierder VHS. (2020, abril 7). *El Club de la Comedia especial navidad (Canal +) (1999)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vhVDdrC-Z4s>
- Miller, G. (Director). (1992). *Over the Hill* [Sobre la colina] [Película]. Village Roadshow Pictures; The Australian Film Commission; Queensland Film Development Office; Australian Film Finance Corporation.
- Miller, S. (Director). (1998). *Among Giants* [Entre gigantes] [Película]. Arts Council of England; British Broadcasting Corporation; British Screen Productions; Capitol Films; Kudos Productions Ltd.; Yorkshire Media Production Agency.
- Miner, S. (Director). (1989). *Warlock* [Warlock, el brujo] [Película]. New World Pictures.
- Miñón, J. (Director). (1989). *La blanca paloma* [Película]. Creativos Asociados de Radio y Televisión; Radio Televisión Española; Xaloc.
- Mirkin, D. (Productor ejecutivo). (1990-1992). *Get a Life* [Búscate la vida] [Serie de Televisión]. Elliottland Productions; Mirkinvision; New World Television; TriStar Television.
- Mirkin, D. (Director). (2001). *Heartbreakers* [Las seductoras] [Película]. Davis Entertainment; Metro-Goldwyn-Mayer.
- Miró, P. (Director). (1991). *Beltenebros* [Película]. Floradora Distributors; Iberoamericana Films Producción.



- Miró, P. (Director). (1993). *El pájaro de la felicidad* [Película]. Central de Producciones Audiovisuales S.L.
- Miscelo Random. (2016, diciembre 17). *El robo del diamante 4 y 5*. Canal+ [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=PsLMj4jYA6Q>
- Moinot, P. (1981). *Pour une réforme de l'audiovisuel: Rapport au Premier ministre de la Commission de réflexion et d'orientation*. La Documentation française.
- Mond, P. (Director). (1997). *Zazel* [Zazel (La esencia del amor)] [Película]. Cal Vista.
- Monette, E., Heyward, A., London, R., Maliani, M., Melniker, B., & Uslan, M. E. (Productores ejecutivos). (1994-1999). *Where on Earth Is Carmen Sandiego?* [En busca de Carmen Sandiego] [Serie de Televisión]. DIC Entertainment.
- Montañez, T. (2011, mayo). Schwartz-García Siñeriz: «En la televisión actual no encajamos en ningún sitio». *Jot Down Cultural Magazine*.
- Montero, J., & Antona, T. (2018). Programación y estrategias de programación en la televisión franquista. En J. Montero (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 21-38). Cátedra.
- Montes, A. (1999, septiembre). Una exclusiva de altura. *Canal Plus Revista*, 105, 24.
- Moore, M. (Director). (2002). *Bowling for Columbine* [Documental]. United Artists; Alliance Atlantis Communications; Salter Street Films International; Vif Babelsberger Filmproduktion GmbH & Co. Zweite KG; Dog Eat Dog Films; Iconolatrý Productions Inc.; TiMe Film- und TV-Produktions GmbH; United Broadcasting Inc.
- Moore, M. (Director). (2004). *Fahrenheit 9/11* [Documental]. Fellowship Adventure Group; Dog Eat Dog Films; Miramax.
- Mora, T. (Director). (1993). *Cucarachas* [Película]. Duffy Films.
- Moreno Díaz, J., & Guerrero Pérez, E. (2018). Los concursos y programas de variedades de 1956 a 1975. En J. Montero Díaz (Ed.), *Una televisión con dos cadenas: la programación en España (1956-1990)* (pp. 141-164). Cátedra.
- Moretti, N. (Director). (1994). *Caro diario* [Película]. Sacher Film; Banfilm; La Sept Cinéma; Rai 1; Canal+.

- Moretti, N. (Director). (1998). *Aprile* [Abril] [Película]. Sacher Film; Bac Films; RAI Radiotelevisione Italiana; Canal+.
- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58(6), 726-735. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.11.001>
- Movistar+. (2008a). *Canal+ Así era el día después (I)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OGthKrxptcs>
- Movistar+. (2008b). *Los mejores momentos de la familia Canalone en Lo+Plus* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=USSnp3ZULDg>
- Movistar+. (2020, mayo 19). *Hoy a las 19:55 en M.CineDoc&Roll emitimos el #Epílogo de Julio Anguita* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/movistarplus/status/1262752787420479488>
- Mucho más* [Programa de Televisión]. (1994-1996). Canal+ España.
- Mullen, M. (1999). The pre-history of pay cable television: An overview and analysis. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 19(1), 39-56. <https://doi.org/10.1080/014396899100352>
- Mullen, M. (2003). *The rise of cable programming in the United States : revolution or evolution?* University of Texas Press.
- Mundoplus.tv. (2004, agosto). «*La hora Wiki*» la nueva apuesta de las noches de Canal+ y mucho más a partir de septiembre (actualizado). Mundoplus.tv. <https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=programacion&id=1235>
- Mundoplus.tv. (2011, octubre). *40 Latino desaparecerá e integrará sus contenidos en 40 TV a partir de enero.* Mundoplus.tv. [https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=tv\\_digital&id=9172](https://www.mundoplus.tv/noticias/?seccion=tv_digital&id=9172)
- Música noche* [Programa de Televisión]. (1990-2002). Canal+ España.
- Músicas privadas* [Programa de Televisión]. (1996-1999). Canal+ España.
- Napoli, P. M. (2011). Ratings and Audience Measurement. En V. Nightingale (Ed.), *The Handbook of Media Audiences* (pp. 286-301). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444340525.ch14>

- Nathan, S. (Productores ejecutivos). (1995). *Double Rush* [Doble urgencia] [Serie de Televisión]. Shukovsky English Entertainment; Warner Bros. Television.
- Nathan, S., Hall, B., Hayman, J., Schindler, P., & Anderson, R. (Productores ejecutivos). (2003-2005). *Joan of Arcadia* [Joan de Arcadia] [Serie de Televisión]. Barbara Hall Productions; CBS Productions; Sony Pictures Television.
- NBA en acción* [Programa de Televisión]. (1995-2005). Canal+ España.
- Neira, E., Clares-Gavilán, J., & Sánchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: the second life of Money heist on Netflix as a case study. *Profesional de la Información*, 30(1), 1-17. <https://doi.org/10.3145/EPI.2021.ENE.13>
- Nelson, J. (Director). (2001). *I Am Sam* [Yo soy Sam] [Película]. New Line Cinema; Avery Pix; The Bedford Falls Company; Red Fish Blue Fish Films.
- Neville, E. (Director). (1959). *El baile* [Película]. Carabela Films S.A.
- Nieto, A., & Iglesias, F. (2008). *La empresa informativa* (2ª). Ariel.
- No va +* [Programa de Televisión]. (2000). Canal+ España.
- Noam, E. (1991). *Television in Europe*. Oxford University Press.
- Noble, K., & Reisman, M. (Productores ejecutivos). (1991-1993). *All Together Now* [Mi viejo rockero] [Serie de Televisión]. Nine Network Australia.
- Nogales, S. (2004, enero 25). «El tercer tiempo» de Canal Plus ya se emite en abierto. AS. <http://www.as.com/nomefallesrealbetis>.
- nomefallesrealbetis. (2009, noviembre 7). *Caviar 95 96 9* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=naQw24W6oDQ>
- Nuestro cine* [Programa de Televisión]. (1998-2001). Canal+ España.
- Oakley, B., Weinstein, J., Pritchard, D., & Aries, L. (1999). *Mission Hill* [Serie de Televisión]. Bill Oakley/Josh Weinstein Productions; Castle Rock Entertainment; Film Roman Productions.
- Obiols, M. (1999, abril). El juego de las lunas: Un viaje para cazar palabras. *Canal Plus Revista*, 101, 24.
- Ojer Goñi, T. (2008). La calidad en los programas de televisión de la BBC. *Comunicación*

*y pluralismo*, 6, 9-36.

- Ojer, T., & Capapé Poves, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. En V. Guarinos & M. J. Ruíz (Eds.), *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV)* (pp. 197-210). Universidad de Sevilla.
- Olea, P. (Director). (1978). *Un hombre llamado Flor de Otoño* [Película]. José Frade Producciones Cinematográficas S.A.; Panoramica.
- Olea, P. (Director). (1991). *El día que nací yo* [Película]. I.d.e.a.; Ion Films; Laszlo Films; Reel Films; Sogetel.
- Olivera, H. (Director). (2001). *Antigua vida mía* [Película]. Aries Cinematográfica Argentina; Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Televisión Española; Tornasol Films; Vía Digital.
- On music* [Programa de Televisión]. (1996-1997). Canal+ España.
- Orenstein, B., & Turteltaub, S. (Productores ejecutivos). (1985-1986). *Foley Square* [La oficina del fiscal] [Serie de Televisión]. Shukovsky English Entertainment.
- Oristrell, J. (Director). (1997). *¿De qué se ríen las mujeres?* [Película]. Bocaboca Producciones; Sogetel.
- Oristrell, J. (1998, enero). Pin y Pon. *Canal Plus Revista*, 87, 36-37.
- Oristrell, J. (Director). (2001). *Sin vergüenza* [Película]. Antena 3 Televisión; Creativos Asociados de Radio y Televisión; Ensueño Films; Tornasol Films; Vía Digital.
- Ortega, K. (Director). (1993). *Hocus Pocus* [El retorno de las brujas] [Película]. Walt Disney Pictures; Touchwood Pacific Partners.
- Ortiz, A. M. (2001, octubre 14). Mínimo Pradera. *El Mundo*.
- Ortiz, A. M. (2003, febrero 23). Cuénteme, señor difunto. *El Mundo*.
- Ostroff, D. H. (1983). A history of STV, inc. and the 1964 California vote against pay television. *Journal of Broadcasting*, 27(4), 371-386.  
<https://doi.org/10.1080/08838158309386503>
- Otero, J. (2019, febrero 8). *Territorio Comanche: Recordamos el talk show «Lo + plus»*

con *Fernando Schwartz*. Onda Cero.

Owen, B. M., & Wildman, S. S. (1992). *Video Economics*. Harvard University Press.

Paartible, V., Gunther, S., Barbera, J., Potamkin, B., Jones, K., Lopez, A., Simensky, L., Hanna, W., & Huber, L. (Productores ejecutivos). (1997-2004). *Johnny Bravo* [Serie de Televisión]. Hanna-Barbera Productions; Cartoon Network Studios; Frederator Studios.

Palacios, M. (Director). (1998). *Lisboa, Faca No Coração* [Documental]. Canal+ España.

Palacios, M. (Director). (1999). *La rosa de piedra* [Película]. Canal+ España; Sogecable.

Palacios Preciado, M., & Oliva, E. J. D. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad - Dialnet. *Administración & Desarrollo*, 39(53), 23-34.

Panahi, J. (Director). (1997). *Ayneh* [El espejo] [Película]. Rooz Film.

Panh, R. (Director). (1994). *Neak sre* [La gente del arrozal] [Película]. JBA; La Sept Cinéma; Thelma Film AG; Télévision Suisse-Romande; Zweites Deutsches Fernsehen.

Pardo Fernández, A. (2014). *Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales*. EUNSA.

Parer, D., & Parer-Cook, E. (Directores). (1998). *The Dragons of Galapagos* [Los dragones de las Galápagos] [Documental]. National Geographic Television.

Parker, L. (Director). (1993). *Extreme Passion* [Película]. Wicked Pictures.

Parsons, P. (2008). *Blue skies: a history of cable television*. Temple University Press,.

Pascual, A. (2017, diciembre 25). La lenta agonía de la liga ACB: ha perdido el 88% de su audiencia en veinte años. *El confidencial*.

Pascual, A. (2019, septiembre 29). «Me encanta esa tensión de no saber si el otro se va a levantar a darte una hostia». *El Confidencial*.

Patchett, T., Tarses, J., & David, G. (Productores ejecutivos). (1976-1978). *The Tony Randall Show* [Las tribulaciones del Juez Franklin] [Serie de Televisión]. MTM Enterprises.

- Paz Rebollo, M. A., Martínez Valerio, L., & Mayagoitia Soria, A. (2020). Las series documentales españolas (1990-2010): entre la divulgación y la concienciación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 703-714. <https://doi.org/10.5209/ESMP.67473>
- Paz Rebollo, M. A., & Vicent Ibáñez, M. (2022). Hacia la desaparición de los espacios infantiles y juveniles [Pendiente de publicación]. En J. Montero, M. A. Paz, & R. Lacalle (Eds.), *La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010). Programas y programaciones*. Tirant Lo Blanch.
- Pedrrol, J. (1997, octubre). Nueva temporada, nuevas secciones. *Canal Plus Revista*, 84, 55.
- Pérez Ares, S. (2015, mayo 20). *La revolución musical en la radio*. Cadena Ser. [https://cadenaser.com/emisora/2015/05/20/radio\\_madrid/1432113563\\_547137.html](https://cadenaser.com/emisora/2015/05/20/radio_madrid/1432113563_547137.html)
- Pérez Estremera, M. (1996, septiembre). Una guía de imágenes sobre la oferta cinematográfica. *Canal Plus Revista*, 72, 45.
- Perry, S. (1997). Television. En S. Perry (Ed.), *Aspects of contemporary France* (pp. 114-133). Routledge.
- Peters, M., Roman, P., & Schultz, B. (Productores ejecutivos). (1991-1993). *Mother Goose and Grimm* [Grimmy] [Serie de Televisión]. Lee Mendelson Productions; Film Roman Productions; Grimmy; Tribune Media; MGM Television.
- Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies* (2ª). Fordham University Press.
- Piezas* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.
- Pileggi, N., Romano, J., Chernuchin, M. S., Haggis, P., Baumgarten, C., Milchan, A., & Stern, G. (Productores ejecutivos). (1997-1998). *Michael Hayes* [Serie de Televisión]. Baumgarten-Prophet Entertainment; Columbia TriStar Television; New Regency Productions; Trotwood Productions Inc.
- Pim, Pam, Plus* [Programa de Televisión]. (1999-2005). Canal+ España.
- Pin Plus* [Programa de Televisión]. (1997-1999). Canal+ España.

- Piquer Simón, J. (Director). (1988). *Slugs, muerte viscosa* [Película]. Dister Group.
- Pirès, G. (Director). (1998). *Taxi* [Taxi Express] [Película]. ARP Sélection; TF1 Films Production; Canal+; Cofimage 9; Studio Images 4; EuropaCorp.
- Pitof. (Director). (2001). *Vidocq* [Vidocq: El mito] [Película]. RF2K Productions; StudioCanal; TF1 Films Production; Canal+; Centre national du cinéma et de l'image animée.
- Piznarski, M., Herskovitz, M., Katims, J., & Zwick, E. (Productores ejecutivos). (1996-1997). *Relativity* [Serie de Televisión]. 20th Century Fox Television; The Bedford Falls Company.
- Plan B* [Programa de Televisión]. (2000-2001). Canal+ España.
- Plaza, P. (Director). (1997). *Tarzán en el café Lisboa* [Cortometraje]. Producciones La Impaciente.
- Plowman, J. (Productor ejecutivo). (1991-1995). *Bottom* [La pareja basura] [Serie de Televisión]. British Broadcasting Corporation.
- Plusvalía* [Programa de Televisión]. (1995-1997). Canal+ España.
- Pollack, S. (Director). (1985). *Out of Africa* [Memorias de África] [Película]. Mirage Enterprises.
- Pons, V. (Director). (1998). *Caricias* [Película]. Els Films de la Rambla; Generalitat de Catalunya - Departament de Cultura; Televisió de Catalunya; Televisión Española.
- Por la mañana* [Programa de Televisión]. (1987). Radio Televisión Española.
- Potamkin, B. (Productor ejecutivo). (1990-1991). *Peter Pan and the Pirates* [Peter Pan y los piratas] [Serie de Televisión]. Fox Children's Productions; Southern Star Productions; TMS Entertainment.
- Prades, J. (1996, septiembre 7). Los giñoles de Canal+ inician hoy un nuevo programa semanal. *El País*.
- Premios Ondas. (s. f.). *Palmarés 1996*. Premios Ondas. Recuperado 17 de junio de 2021, de [https://www.premiosondas.com/historia\\_1999-1990-06.php#television](https://www.premiosondas.com/historia_1999-1990-06.php#television)
- Prieto, B. (2021, septiembre 4). *Todos los estrenos de programas de la temporada*

- 2021/2022. Fórmula TV. <https://www.formulatv.com/noticias/todos-estrenos-programas-temporada-2021-2022-110887/>
- Primer plano* [Programa de Televisión]. (1990-1996). Canal+ España.
- Proyas, A. (Director). (1994). *The Crow* [El cuervo] [Película]. Crowvision Inc.; Entertainment Media Investment Corporation; Image Comics; Jeff Most Productions; Miramax; Pressman Film.
- Punto y aparte* [Programa de Televisión]. (1985-1991). Radio Televisión Española.
- Pytko, J. (Director). (1996). *Space Jam* [Película]. Warner Bros. Family Entertainment; Northern Lights Entertainment; Courtside Seats Productions; Warner Bros. Animation; Warner Bros. Feature Animation.
- Queirolo, P. S. (1983, octubre 29). La TV francesa creará otros tres canales. *La Vanguardia*, 4.
- Queirolo, P. S. (1984, diciembre 28). La inminente legalización en Francia de la televisión privada, baza electoral de Mitterrand. *La Vanguardia*, 9.
- Querejeta, G. (Director). (2004). *Héctor* [Película]. Antena 3 Televisión; Canal Sur Televisión; Canal+ España; DeAPlaneta; Ensueño Films; Euskal Irrati Telebista; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales; Sogepaq; TeleMadrid; Televisió de Catalunya; Televisión Autonómica Valenciana S.A.; .
- Quinn, P. (Director). (1998). *This Is My Father* [Un viaje desde el corazón] [Película]. Father Productions; Filmline International; Hummingbird Communications Ltd.
- Quiñonero, J. P. (1984, noviembre 4). Hoy comienza a emitir el primer canal privado de televisión en Francia. *ABC*, 109.
- Quiroga, E. (Director). (1996). *Fotos* [Película]. Plot Films S.L.; Consultores de Comunicación Integral S.L.; SOGEDESA; Cardinal Pictures; Televisión Española; Filmax.
- Raimi, S. (Director). (1981). *The Evil Dead* [Posesión infernal] [Película]. Renaissance Pictures.
- Raimi, S. (Director). (2002). *Spider-Man* [Película]. Columbia Pictures; Marvel Enterprises; Laura Ziskin Productions.



- Ramírez, L. (1996, febrero 5). «En general, los niños son plato de segundo orden para las televisiones». *El País*.
- Rash, S. (Director). (1996). *Eddie* [Película]. Permut Presentations; Hollywood Pictures; Island Pictures; Polygram Filmed Entertainment.
- Raynis, R., & Kline, J. (Productores ejecutivos). (1996-1999). *Jumanji* [Serie de Televisión]. Adelaide Productions; Teitler Film; Columbia TriStar Children's Television; Columbia TriStar Television; Interscope Communications.
- Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para, 3174 (1997).
- Recha, M. (Director). (1998). *El árbol de las cerezas* [Película]. Oberón Cinematográfica.
- recuerda la televisión | 2. (2020). *Àngels Barceló en Lo + Plus - Fragmentos (15-6-2005)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wtmeFwX65Eo>
- Redacción* [Preograma de Televisión]. (1990-2000). Canal+ España.
- Reggio, G. (Director). (1988). *Powaqqatsi* [Documental]. Golan-Globus Productions; NorthSouth; Santa Fe Institute for Regional Education.
- Reguero-Sanz, I., Berdón-Prieto, P., & García-Gil, S. (2020). Evolución de la programación televisiva de debates y entrevistas ante la liberalización audiovisual en España (1980 – 2010). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 715-731. <https://doi.org/10.5209/esmp.67391>
- Reiff, E., Voris, C., Craig, C. G., Enríquez Alcalá, F., Miller, J. A., Hoffman, C., & Sander, I. (Productores ejecutivos). (1998-1999). *Brimstone* [Brimstone: el pacto] [Serie de Televisión]. BEI Brimstone; Warner Bros. Television.
- Reiner, J., Borden, L., Friedman, A., Hassani, L., Payne, A., Randel, T., & Shepard, R. (Directores). (1991). *Inside Out* [Serie de Cortometrajes]. Playboy Video Enterprises; Propaganda Films.
- Reitman, I. (Director). (1989). *Ghostbusters II* [Cazafantasmas II] [Película]. Columbia Pictures.

- Relaño, A. (1994, septiembre). Mucho más deporte. *Canal Plus Revista Suplemento Deporte*, 48, 3.
- remembervhs. (2017). *El Dia Despues Diciembre 1993*. dailymotion. <https://www.dailymotion.com/video/x4fyfnb>
- Retrodisco. (2008, septiembre 15). *CABECERA - Videominuto* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oR7bghkwODw>
- Revista El Duende. (2015). *El Duende en el programa Lo + Plus* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pxJ6pPD6YRc>
- Ricart, J. E. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia business review*, 23, 12-25.
- Richard, W. (Productor ejecutivo). (1990-1991). *Samurai Pizza Cats* [Los gatos samuráis] [Serie de Televisión]. Saban International; Sotsu Agency; Tatsunoko Production.
- Richeri, G. (1994). *La Transición de la televisión: Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Bosch Comunicación.
- Ripstein, A. (Director). (1998). *El evangelio de las maravillas* [Película]. Aleph Producciones S.A.; Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica; Gardenia Films; Instituto Mexicano de Cinematografía; Producciones Amaranta; Televisión Española; Wanda Films; Wanda Visión S.A.
- Ritchie, M. (Director). (1997). *A Simple Wish* [El hada novata] [Película]. Universal Pictures; The Bubble Factory; Sheinberg Productions.
- Rivas, R. (1995, marzo 30). Canal+ lanza el programa en directo «Lo + Plus». *El País*.
- Rivas, R. (1996, abril 23). «Lo + Plus», un año completo en cartel. *El País*.
- Rivas, R. (2001a, julio 2). Ramón Arangüena se suma al trío de presentadores de «Lo + Plus». *El País*.
- Rivas, R. (2001b, septiembre 10). «Este espacio es pionero de las entrevistas gamberras y diferentes». *El País*.
- Robinson, M. (1998, octubre). Locos por el fútbol. *Canal Plus Revista*, 95, 39.

- Rodríguez, A. (Director). (2002). *El traje* [Película]. Canal+ España; Televisión Española; Tesela Producciones Cinematográficas.
- Rodriguez Ortega, V., & Romero Santos, R. (2017). Canal + Spain and Live Football Broadcasts A Whole Different Game. *Journal of European Television History and Culture*, 6(11). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18146/2213-0969.2017.JETHC121>
- Rodriguez, R. (Director). (2003). *Once Upon a Time in Mexico* [El mexicano] [Película]. Columbia Pictures; Dimension Films; Troublemaker Studios.
- Rohmer, É. (Director). (1996). *Conte d'été* [Cuento de verano] [Película]. Canal+; La Sept Cinéma; Les Films du Losange; Sofilmka.
- Rollet, B. (1997). Television in France. En J. A. Coleman & B. Rollet (Eds.), *Television in Europe* (pp. 35-48). Intellect Books.
- Romagnoli, G. (Director). (2000). *Doom Fighter 1: Trip to Zolt's World* [Doom Fighter: Viaje al mundo de Zolt] [Película]. FM Video.
- Roman, P., Davis, J., & Mendelson, L. (Productores ejecutivos). (1988-1995). *Garfield and Friends* [Garfield y sus amigos] [Serie de Televisión]. Film Roman Productions; United Media Productions; Lee Mendelson Productions; Paws.
- Roman, P., & Wills, B. (Directores). (1996). *Bruno the Kid* [Bruno, el espía] [Película]. Active Entertainment; Film Roman Productions; Flying Heart.
- Ros, M. (Director). (1996). *La Moños* [Película]. Adai Filmes; BBV; Bailando con Todos S.L.; Canal+ España; Generalitat de Catalunya - Departament de Cultura; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales; Televisió de Catalunya; Televisión Española.
- Rosenberg, M., Sparks, J., & van Lawick, H. (Productores). (1996). *Fifi's Boys: A Story of Wild Chimpanzees* [Jane y los chimpancés] [Documental]. Natural History Unit; Partridge Films; WNET/13.
- Ross, H. (Director). (1989). *Steel Magnolias* [Magnolias de acero] [Película]. TriStar Pictures; Rastar Films.
- Rotberg, D. (Director). (2001). *Otilia Rauda* [Otilia] [Película]. Alameda Films; Altavista

- Films; Blu Films; Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad; Gobierno del Estado de Veracruz; Universidad de Veracruz; Wanda Films; Wanda Visión S.A.
- Rothstein, E. M. (Productor ejecutivo). (1996-1999). *Women: Stories of Passion* [Women] [Serie de Televisión]. Playboy Entertainment Group; Showtime Networks.
- España. Transportes, Turismo y Comunicaciones. Resolución de 25 de enero de 1989, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se publica el acuerdo por el que se aprueba el pliego de bases del concurso para la adjudicación del Servicio Público d, 2263 a 2268 (1989).
- España. Resolución de 28 de agosto de 1989, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de agosto de 1989, en el que se resuelve el concurso para adjudicación del Servicio Público de Tel, 27932 (1989).
- Rubinstein, R. P., Golod, J., & Romero, G. A. (Productores ejecutivos). (1983-1988). *Tales from the Darkside* [Cuentos desde la oscuridad] [Serie de Televisión]. Laurel Entertainment Inc.; Tribune Entertainment.
- Rudd, L. (Productor ejecutivo). (1989-1993). *Press Gang* [La pandilla plumilla] [Serie de Televisión]. Richmond Films & Television.
- Ruegger, T. (Productor ejecutivo). (1998-2000). *Histeria!* [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation.
- Ruzowitzky, S. (Director). (2000). *Anatomie* [Anatomía] [Película]. Deutsche Columbia TriStar Filmproduktion; Claussen & Wöbke Filmproduktion GmbH.
- Sacristán, J. (Director). (1987). *Cara de acelga* [Película]. In-Cine Compañía Industrial Cinematográfica; Jet Films; Lince Films S.A.
- Saeki, M. (Productor ejecutivo). (1978-1981). *Ginga tetsudô Three-Nine* [Galaxy Express 999] [Serie de Televisión]. Nakamura Production; Toei Animation; Toei Doga.
- Sáez de Heredia, Á. (Director). (1992). *Chechu y familia* [Película]. Alma Ata International Pictures S.L.; Producciones A.S.H. Films S.A.
- Salo, B. (1990, octubre). Los canales españoles recurren al erotismo para ganar audiencia.

*Tribuna de actualidad.*

- Saltzman, M., Brillstein, B., Grey, B., Thompson, C., Palmer, T., Daniel, J., Forbes, M., Trogon, M., & Riggi, J. (Productores ejecutivos). (1995-1998). *The Naked Truth* [La cruda realidad] [Serie de Televisión]. Brillstein-Grey Entertainment; Columbia Pictures Television.
- Salvatores, G. (Director). (1997). *Nirvana* [Película]. Cecchi Gori Group Tiger Cinematografica; Colorado Film Production; Davis-Films.
- Sámano, J. (1991, agosto 29). Canal+ contrata a Michael Robinson como comentarista de fútbol. *El País*.
- San Andrés, M. T. (1993). TV: La lucha por el toro. *Anuario Taurino de la Corrida de la Prensa*, 27, 29-38.
- San Miguel, S. (Director). (1991). *Hay que zurrar a los pobres* [Película]. Altaïr; Moria Films.
- Sánchez-Cid, M., García-García, A., & Cuevas-Molano, E. (2020). Retransmisión de partidos de fútbol de Canal+ en España: 1990 - 2016. La innovación tecnológica como referente. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2). <https://doi.org/10.5209/esmp.68675>
- Sánchez, M. F. (1997, abril). Women. *Canal Plus Revista*, 79, 70.
- Sancho, X. (2020, septiembre 8). “Decidimos que el fútbol era todo”: cómo ‘El día después’ cambió la forma de contar el deporte en televisión. *El País*.
- Santamaría, B. (2020, septiembre 8). Atotxa, donde se explicaba el fútbol. *Mundo Deportivo*.
- Santamaría, V. (1999, septiembre). Una cobertura llena de innovaciones técnicas. *Canal Plus Revista*, 105, 25.
- Sarachu, C. (s. f.). *Canalone*. César Sarachu. Recuperado 27 de junio de 2021, de <http://www.cesarsarachu.com/television/canalone/>
- Sarmiento, V. (Director). (2002). *Rosa la China* [Película]. Gemini Films; Instituto Cubano del Arte e Industrias Cinematográficas; Madragoa Filmes; Televisión Española; Tornasol Films.

- Saura, C. (Director). (1992). *Sevillanas* [Película]. Juan Lebrón Producciones.
- Saura, C. (Director). (1997). *Pajarico* [Película]. Canal+ España; Producciones Cinematográficas Filmart S.L.; Saura Films; TF1; Televisión Española.
- Saura, C. (Director). (2004). *El 7º día* [Película]. Lolafilms; Artédis; Televisión Española; Canal+.
- Schachter, S. (Director). (1995). *Above Suspicion* [Libre de sospecha] [Película]. Rysher Entertainment.
- Schumacher, J. (Director). (2002). *Phone Booth* [Última llamada] [Película]. Fox 2000 Pictures; Zucker/Netter Productions.
- Schwartz, S. (Productor ejecutivo). (2002-2005). *¡Mucha Lucha!* [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; Bolder Media for Boys and Girls.
- Schwartz, S. (Productor ejecutivo). (2003-2005). *Duck Dodgers* [Serie de Televisión]. Cartoon Network; Warner Bros. Animation.
- Schwartz, S., & MacCurdy, J. (Productores ejecutivos). (2000-2004). *Static Shock* [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation.
- Segal, P. (Director). (2003). *Anger Management* [Ejecutivo agresivo] [Película]. Revolution Studios; Happy Madison Productions; Anger Management LLC; Jack Giarraputo Productions.
- Segurola, S. (1996, marzo). El regreso de Magic Johnson. *Canal Plus Revista*, 66, 24.
- Señor Huesos. (2017a). *Pedro Almodóvar en Lo + Plus (1997)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7fIsO8hgdRM&t=205s>
- Señor Huesos. (2017b). *Suzanne Vega en Lo + Plus (1996)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7uA05QV862o>
- Señor Huesos. (2017c, febrero 27). *Cuenta atrás Del 40 al 1 + Presentación R.E.M. (1992)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=3HzJ8SRu7F4>
- Señor Huesos. (2020, julio 17). *Victoria Abril y Agustín Díaz Yanes en Lo + Plus (2001)* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_ZwCHmy1h1k](https://www.youtube.com/watch?v=_ZwCHmy1h1k)
- Seoane, M. C., & Sueiro, S. (2004). *Una historia de El País y del Grupo Prisa*. Plaza y

Janés.

- Sepúlveda, L. (Director). (2002). *Nowhere* [Película]. Castelao Producciones; Patagonik Film Group; Surf Film.
- Setbon, P. (Director). (1990). *Mister Frost* [Película]. AAA Productions; Hugo Films; Overseas Multi Media.
- Shadyac, T. (Director). (2003). *Bruce Almighty* [Como Dios] [Película]. Spyglass Entertainment; Universal Pictures; Shady Acres Entertainment; Pit Bull Productions; O Entertainment.
- Shafer, S. M., Smith, H. J., & Linder, J. C. (2005). The power of business models. *Business Horizons*, 48(3), 199-207. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.10.014>
- Shapiro, G., West, H., Seinfeld, J., David, L., Mehlman, P., Scheinman, A., Berg, A., Kavet, G., Robin, A., Schaffer, J., Barron, F., & Gilbert, G. (Productores ejecutivos). (1989-1998). *Seinfeld* [Serie de Televisión]. West-Shapiro; Castle Rock Entertainment.
- Shepherd, S., Brazil, S., & King, D. T. (Productores ejecutivos). (1992-1993). *Jack's Place* [Barra libre] [Serie de Televisión]. ABC Productions.
- Shimizu, T. (Director). (2004). *The Grudge* [El grito] [Película]. Columbia Pictures; Ghost House Pictures; Fellah Pictures; Senator International; Vertigo Entertainment.
- Siamis, K., Dontzig, G., Peterman, S., Diamond, B., Palmer, T., Bowman, J., Bragin, R., Seeley, T., Gunzenhauser, Saltzman, M., Bergen, C., English, D., Shukovsky, J., Flanagan, M., Pope, E., Hisch, J., Sacks, D., & Schotz, E. (Productores ejecutivos). (1988-2018). *Murphy Brown* [Serie de Televisión]. Shukovsky English Entertainment; Bend in the Road Productions; Warner Bros. Television.
- Silberling, B. (Director). (1998). *City of Angels* [Película]. Atlas Entertainment; Monarchy Enterprises B.V.; New Regency Productions; Taurus Film; Warner Bros.
- Singer, R., Buckner, B., Ross-Leming, E., Zisk, R., LeVine, D. J., Crocker, J., Jacobs, D., & Butler, R. (Productores ejecutivos). (1993-1997). *Lois & Clark: The New Adventures of Superman* [Lois y Clark: Las nuevas aventuras de Superman] [Serie de Televisión]. December 3rd Productions; Gangbuster Films Inc.; Lorimar Television; Roundelay; Warner Bros. Family Entertainment; Warner Bros.

Television.

Sinyor, G. (Director). (1997). *Stiff Upper Lips* [Arrogantes y exquisitos] [Película]. Cavalier Features; Impact Pictures; Ivory Hall; Yorkshire Films International; Kaleidoscope Entertainment; Filmania; Isle of Man Film Commission; Chrysalis Films; Isle of Man Government.

Sirabella, J., Shimizu, K., & Shirakawa, R. (Productores ejecutivos). (1996-1999). *Rurôni Kenshin - Meiji kenkaku romantân* [Kenshin, el guerrero samurái] [Serie de Televisión]. Aniplex; SME Visual Works; Shueisha; Studio DEEN; Studio Gallop.

Sluizer, G. (Director). (1992). *Utz* [Película]. Viva Pictures; Norddeutscher Rundfunk; BBC Films; Academy; Cine Electra Ltd.; Viva Films.

Smith, K. (Director). (1994). *Clerks* [Película]. View Askew Productions; Miramax.

snowcopito. (2017, mayo 6). *Liga 92 93 El Día Después Jornada 38* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QteglZDBjGQ>

Sofres. (1990-2004). *Anuario de audiencias de televisión*. Sofres Audiencias de Medios.

solojinglesradio VHS y más. (2014, diciembre 12). *Canal Plus España (Generacion Plus Fragmento)* 22-9-99 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=tvPCxeMUF7w>

Sonnenfeld, B. (Director). (1997). *Men in Black* [Hombres de negro] [Película]. Columbia Pictures; Amblin Entertainment; Parkes/MacDonald Image Natio.

soryeye777. (2013, julio 4). *Sara Montiel - Epilogo* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BGJha87T6Rk>

Specht, P. I. (Director). (2002). *Hollywood Rocks the Movies: The 1970s* [El rock en el cine de los 70] [Documental]. American Movie Classics; Fox Television Network; Foxstar Productions; Prometheus Entertainment; Van Ness Films.

Spielberg, S. (Director). (1985). *The Color Purple* [El color púrpura] [Película]. Amblin Entertainment; The Guber-Peters Company; Warner Bros.

Spielberg, S. (Productor ejecutivo). (1993-1998). *Animaniacs* [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; Amblin Entertainment.

Spielberg, S. (Director). (1993a). *Jurassic Park* [Parque Jurásico] [Película]. Universal



- Pictures; Amblin Entertainment.
- Spielberg, S. (Director). (1993b). *Schindler's List* [La lista de Schindler] [Película]. Universal Pictures; Amblin Entertainment.
- Spielberg, S. (Productor ejecutivo). (1995-1997). *Freakazoid!* [¡Fenomenoide!] [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; Amblin Entertainment.
- Spielberg, S. (Productor ejecutivo). (1995-1998). *Pinky and the Brain* [Pinky y Cerebro] [Serie de Televisión]. Warner Bros. Animation; Amblin Entertainment.
- Spielberg, S. (Director). (1998). *Saving Private Ryan* [Salvar al soldado Ryan] [Película]. Dreamworks Pictures; Paramount Pictures; Amblin Entertainment; Mutual Film Company; H2L Media Group; Mark Gordon Productions.
- Sport On The Box. (2013, diciembre 21). *Trans World Sport returns to Channel 4 in 2014*. Sport On The Box. <https://sport-onthebox.com/2013/12/21/trans-world-sport-returns-to-channel-4/>
- Stagliano, J. (Director). (1991a). *Buttman's European Vacation I* [Vacaciones europeas de Buttman's] [Película]. Evil Angel.
- Stagliano, J. (Director). (1991b). *Wild Goose Chase* [Película]. Evil Angel.
- Stamp, J. (Productor). (1995). *Chanel: A Private Life* [Coco Chanel] [Documental]. A+E Networks; British Broadcasting Corporation.
- Stewart, D. (Director). (1999). *Stephen King: Shining in the Dark* [Stephen King: Un resplandor en la oscuridad] [Documental]. BBC Worldwide.
- Stewart, D. W., & Zhao, Q. (2000). Internet Marketing, Business Models, and Public Policy. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(2), 287-296. <https://doi.org/10.1509/jppm.19.2.287.17125>
- Stone, O. (Director). (1997). *U Turn* [Giro al infierno] [Película]. Phoenix Pictures; Illusion Entertainment Group; Clyde Is Hungry Films; Canal+ Droits Audiovisuels.
- Suárez, C. (Director). (1993). *¡¡Semos peligrosos!!* [Película]. Tesauro.
- Suárez, C. (Director). (1996). *Adiós, tiburón* [Película]. Paraleca Productions S.A.; Paralekam Productions.

- Suárez, G. (Director). (1991). *Don Juan en los infiernos* [Película]. Ditirambo Films; Televisión Española.
- Suárez, G. (Director). (1992). *La reina anónima* [Película]. Ditirambo Films; Lolafilms; Sogepaq.
- Such, M. (2011, octubre 16). «Cerca de las estrellas», *Nostalgia TV*. Espinof. <https://www.espinof.com/entretenimiento/cerca-de-las-estrellas-nostalgia-tv>
- Such, M. (2015, octubre 8). *Canal+ recuerda 20 años «sin dormir» con la NBA*. Espinof. <https://www.espinof.com/canales-tematicos/canal-recuerda-20-anos-sin-dormir-con-la-nba>
- Summers, M. (Director). (1988). *Suéltate el pelo* [Película]. Francisco Lara Polop P.C.; Hombres G; Manuel Summers; R. de la Morena; Televisión S.A. de C.V.
- Sun, H. M., Chen, C. M., & Shieh, C. Z. (2008). Flexible-pay-per-channel: A new model for content access control in Pay-TV broadcasting systems. *IEEE Transactions on Multimedia*, 10(6), 1109-1120. <https://doi.org/10.1109/TMM.2008.2001381>
- Suô, M. (Director). (1996). *Shall we dansu?* [Shall We Dance?] [Película]. Daiei Studios; Nippon Television Network; Hakuhodo; Nihon Shuppan Hanbai; Altamira Pictures Inc.
- Tanaka, L. (2004). *Gender, Language and Culture: A study of Japanese television interview discourse*. John Benjamins Publishing Company.
- Tarantino, Q. (Director). (1992). *Reservoir Dogs* [Película]. Live Entertainment; Dog Eat Dog Productions Inc.
- Tartakovsky, G., Gunther, S., Huber, L., Potamkin, B., & Seibert, F. (Productores ejecutivos). (1996-2003). *Dexter's Laboratory* [El laboratorio de Dexter] [Serie de Televisión]. Cartoon Network Studios; Hanna-Barbera Productions.
- Tavernier, B. (Director). (1996). *Capitaine Conan* [Capitán Conan] [Película]. Canal+; Les Films Alain Sarde; Little Bear; Studio Images 2; TF1 Films Production.
- Távora, P. (Director). (1998). *Yerma* [Película]. Artimagen.
- Tele-Domingo* [Programa de Televisión]. (1963-1964). Radio Televisión Española.
- Terán, B. (2015, abril 6). 20 años del estreno de «Lo más plus»: cuando la televisión creía

en la modernidad. *La información*.

*Tesis goleadora* [Cortometraje]. (1998). Canal+ España.

The European Commission. (1996, octubre 8). *Digital television: Commission gives conditional green light to Spanish law*. The European Commission. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_97\\_857](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_97_857)

Thomas, B. (Director). (1998). *Doctor Dolittle* [Dr. Dolittle] [Película]. Twentieth Century Fox; Davis Entertainment; Joseph M. Singer Entertainment.

Thomas, P. (Director). (1992a). *Sinderella 1* [Película]. Vivid.

Thomas, P. (Director). (1992b). *Speedster* [Película]. Vivid.

Thomas, P. (Director). (1994). *Night Train* [Película]. Vivid.

Thomas, R. (1978). *Radiotelevisión y democracia en Francia*. Ediciones Universidad de Navarra.

Tinker, M., & Williams, C. (Productores cutivos). (1990). *Capital News* [Serie de Televisión]. MTM Enterprises.

Torres, J. (Director). (1994). *Cadáveres para el lunes* [Película]. Ran Films S.L.

*Transworld Sport* [Programa de Televisión]. (1990-2005). Canal+ España.

Trappel, J., Meier, W. A., D'Haenens, L., Steemers, J., & Thomass, B. (2010). Media in Europe today. En *Media in Europe Today*. Intellect Ltd.

Sentencia 12/1982 de 31 de marzo, (1982).

Trueba, D. (Director). (2003). *Soldados de Salamina* [Película]. Fernando Trueba Producciones Cinematográficas; Lolafilms; Televisión Española.

Trueba, F. (Director). (1986). *El año de las luces* [Película]. Iberoamericana Films Producción.

Tunstall, J., & Palmer, M. (1991). *Media moguls*. Routledge.

Urbizo, E. (Director). (1996). *Cachito* [Película]. Antena 3 Televisión; Canal+ España; Entertainment One; Origen Producciones Cinematograficas.

Urbizu, E. (Director). (2003). *La vida mancha* [Película]. Iberrota Films; Tornasol Films.

- Uribe, I. (Director). (1994). *Días contados* [Película]. Aiete Films; Ariane Films; Sogepaq; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
- Uribe, I. (Director). (1999). *Extraños* [Película]. Enrique Cerezo Producciones Cinematográficas S.A.; Radio Televisión Española.
- Urresti, G. (Director). (2003). *Raíz* [Cortometraje]. Imval Madrid S.L.; Taiko.
- Van Sant, G. (Director). (1989). *Drugstore Cowboy* [Película]. Avenue Pictures.
- Van Sant, G. (Director). (1998). *Psycho* [Psycho (Psicosis)] [Película]. Universal Pictures; Imagine Entertainment.
- Vande Rusten, P. (2020, septiembre 11). Antes de ‘El Día Después’. *El País*.
- Vandewalle, M., Carroll, W., & Wilhite, T. L. (Productores ejecutivos). (1994-1995). *The Itsy Bitsy Spider* [Itsy Bitsy] [Serie de Televisión]. Hyperion Animation; Hyperion Pictures; Shanghai Morning Sun Animation Company; Wang Film Productions Compan.
- Vandewalle, M., & Grimond, P. (Productores ejecutivos). (1996). *Mot* [Serie de Televisión]. Ellipse Animation; France 3; Canal+; Centre national du cinéma et de l’image animée; UFA Film- und Fernseh GmbH.
- Varda, A. (Director). (1995). *Les cent et une nuits de Simon Cinéma* [Las cien y una noches] [Película]. Ciné-tamaris; France 3 Cinéma; Recorded Picture Company.
- Veber, F. (Director). (2001). *Le placard* [Salir del armario] [Película]. Gaumont; EFVE; TF1 Films Production; Canal+.
- Vedel, T. (2009). Pluralism in the French Broadcasting System: Between the Legacy of History and the Challenges of New Technologies. En A. Czepek, M. Hellwig, & E. Nowak (Eds.), *Press Freedom and Pluralism in Europe: Concepts and Conditions* (pp. 261-274). Intellect Books Ltd.
- Verbinski, G. (Director). (2003). *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* [Piratas del Caribe: La maldición de la Perla Negra] [Película]. Walt Disney Pictures; Jerry Bruckheimer Films.
- Vergés, R. (Director). (1994). *Souvenir* [Película]. Avanti Films S.A.; Canal+ España; Generalitat de Catalunya; Instituto de la Cinematografía y de las Artes

Audiovisuales; Televisió de Catalunya; Televisión Española.

- Verhoeven, M. (Director). (1990). *Das schreckliche Mädchen* [La chica terrible] [Película]. Filmverlag der Autoren; Sentana Filmproduktion; Zweites Deutsches Fernsehen.
- Verhoeven, P. (Director). (1990). *Total Recall* [Desafío total] [Película]. Carolco Pictures.
- Veyrat-Masson, I. (2012). The Archives of French Television: The Challenge of the 4Cs. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 7(2), 36-45. <https://doi.org/10.7227/cst.7.2.6>
- Vianello, R. (1994). The Rise of the Telefilm and the Network's Hegemony Over the Motion Picture Industry. En N. Browne (Ed.), *American television: new directions in history and theory* (pp. 3-22). Harwood Academic Pub.
- Vicent Ibáñez, M. (2017). Las estrategias de Programación de Canal+ en abierto (1993-2000). En L. Martínez Valerio (Ed.), *Cultura popular y medios audiovisuales en la historia contemporánea*. Universidad Complutense.
- Viciosa, M. (2016, febrero 1). Adiós a 26 años de Canal+. *El Mundo*.
- Videominuto* [Programa de Televisión]. (1992-1994). Canal+ España.
- videosbuenafuente. (2008, febrero 27). *Buenafuente - Lo + Plus (2ª Parte)* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=ojn6\\_3F2I9w&t=201s](https://www.youtube.com/watch?v=ojn6_3F2I9w&t=201s)
- Vie-publique.fr. (2010). *Chronologie de la politique de l'audiovisuel*. vie-publique.fr; vie-publique.fr. <https://www.vie-publique.fr/politiques-publiques/politique-audiovisuel/chronologie/>
- Vilsmaier, J. (Director). (1993). *Stalingrad* [Stalingrado] [Película]. B.A. Produktion; Bavaria Film; Perathon Film-und Fernsehproduktions GmbH; Royal Film; Senator Film Produktion.
- Vincent, C. (Director). (1988). *La discrète* [La discreta] [Película]. France 3 Cinéma; Les Productions Lazenec; Sara Films.
- Visconti, L. (Director). (1971). *Morte a Venezia* [Muerte en Venecia] [Película]. Alfa Cinematografica; Warner Bros.; PECF.

- Vives, L., & Svejenova, S. (2009). Innovando en el modelo de negocio: la creación de la banca cívica. *Universia Business Review*, 23, 70-85.
- von Garnier, K. (Director). (1993). *Abgeschminkt!* [Sin maquillaje] [Película]. Arnold & Richter Cine Technik; Bayerischer Rundfunk; Hochschule für Fernsehen und Film München; Vela-X Filmproduktion.
- Von Rimscha, M. B. (2016). Business models of media industries: Describing and promoting commodification. En G. F. Lowe & C. Brown (Eds.), *Managing Media Firms and Industries: What's So Special About Media Management?* (pp. 207-222). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-08515-9\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-319-08515-9_12)
- von Trier, L. (Director). (1991). *Europa* [Película]. Alicéléo; Coproduction Office; Det Danske Filminstitut; Eurimages; Fortuna Film; Fund of the Council of Europe; Gérard Mital Productions; Institut suisse du film; Nordisk Film; Sofinergie 1; Sofinergie 2; Svenska Filminstitutet; Union Générale Cinématogra.
- Wachowski, L., & Wachowski, L. (Directores). (2003). *The Matrix Revolutions* [Matrix Revolutions] [Película]. Warner Bros.; Village Roadshow Pictures; NPV Entertainment; Silver Pictures.
- Wainwright, R. (Director). (1994). *Blank Check* [Cheque en blanco] [Película]. Walt Disney Pictures; Agelson; Baumgarten.
- Wargnier, R. (Director). (1992). *Indochine* [Indochina] [Película]. Paradis Films; La Générale d'Images; Paradis Films; La Générale d'Images; Bac Films; Orly Films; Ciné Cinq; Centre national du cinéma et de l'image animée; Club des Investissements; Canal+; Sofica Sofinergie; Sofinergie 2; Investimage 3; Cofimage.
- websarachu. (2012, marzo 20). *Canalone 02* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0-7mw6S8JhM&t=6s>
- Weir, P. (Director). (1998). *The Truman Show* [El show de Truman] [Película]. Paramount Pictures; Scott Rudin Productions.
- Weisman, S. (Director). (1997). *George of the Jungle* [George de la jungla] [Película]. Walt Disney Pictures; Mandeville Films; Avnet/Kerner Productions; Banana Pictures.
- Wenders, W. (Director). (1984). *Paris, Texas* [Película]. Road Movies Filmproduktion;

Argos Films; Westdeutscher Rundfunk; Channel Four Films; Pro-ject Filmproduktion; Wim Wenders Stiftung.

Westbrook, W. (Director). (1995-1996). *Lost Civilizations* [Civilizaciones perdidas] [Serie Documental]. Time-Life Video & Television.

Whedon, J., Kuzui, F. R., Kuzui, K., Berman, G., Gallin, S., Solomon, D., Greenwalt, D., Noxon, M., Espenson, J., Fury, D., & Petrie, D. (Productores ejecutivos). (1997-2003). *Buffy the Vampire Slayer* [Buffy, cazavampiros] [Serie de Televisión]. Mutant Enemy; Kuzui Enterprises; Sandollar Television; 20th Century Fox Television.

Widdoes, J., Axelrod, J., O'Donnell, T., Barron, F., Newberger, R., Straw, T., & Todd, D. (Productores ejecutivos). (1993-1997). *Dave's World* [El mundo de Dave] [Serie de Televisión]. The Producers Entertainment Group Ltd.; Axelrod-Widdoes Productions; CBS Productions; Kitten in the Oven Productions; Verbatim Productions.

*Wiki Express* [Programa de Televisión]. (2005). Canal+ España.

Willock, C. (Productor). (1990). *Vampires of Wolf Island* [Los vampiros de la isla Wolf] [Documental]. Anglia Television.

Wilson, H. (Productor ejecutivo). (1978-1982). *WKRP in Cincinnati* [Radio Cincinnati] [Serie de Televisión]. Company Four; MTM Enterprises.

Wilson, H. (Director). (1984). *Police Academy* [Loca academia de policía] [Película]. The Ladd Company; Warner Bros.

Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36-54. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001>

Wolf, F. (Productores ejecutivos). (1983-1986). *Toxic Crusaders* [Los vengadores tóxicos] [Serie de Televisión]. Murakami Wolf Swenson; Sachs Family Entertainment; Troma Entertainment.

Wolf, F. (Productor ejecutivo). (1994-1995). *Dino Babies* [Serie de Televisión]. Fred Wolf Films; Murakami-Wolf Dublin; Shanghai Morning Sun Animation.

- wolfgangklvhf. (2015a). *Epílogo: Juan Antonio Bardem* [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=vUdI4-\\_FgCY](https://www.youtube.com/watch?v=vUdI4-_FgCY)
- wolfgangklvhf. (2015b). *Epílogo: Manuel Vázquez Montalbán* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HEPxCQl8Zuc>
- Wolmark, G., & Wolmark, N. (Productores ejecutivos). (1985-1987). *Les mondes engloutis* [Los mundos sumergidos] [Serie de Televisión]. France Animation; Compagnie générale du jouet; France 2; Ministère de la Culture de la République Française; Monte Carlo Productions; RMC Audiovisuel; Télé Hachette.
- Workman, C. (Director). (1990). *Superstar: The Life and Times of Andy Warhol* [Warhol superstar] [Documental]. Marilyn Lewis Entertainment Ltd.
- Wyman, D., Mirkin, D., Wilcox, D., Bendetson, B., Egan, M., Solomon, M., & Kemp, B. (Productores ejecutivos). (1982-1990). *Newhart* [Serie de Televisión]. MTM Enterprises.
- Zap... zap... zapping* [Programa de Televisión]. (1998-2005). Canal+ España.
- Zeiff, H. (Director). (1991). *My Girl* [Mi chica] [Película]. Columbia Pictures; Imagine Entertainment.
- Zemeckis, R. (Director). (1992). *Death Becomes Her* [La muerte os sienta tan bien] [Película]. Universal Pictures.
- Zona de Piezas* [Programa de Televisión]. (1991-1993). Canal+ España.
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.
- Zucker, J. (Director). (1990). *Ghost* [Ghost (Más allá del amor)] [Película]. Paramount Pictures; Howard W. Koch Productions.