

La apuesta de Cuatro por la producción independiente (2005-2015)¹

Juan Manuel González-Aguilar²

Recibido: 14 de febrero de 2020 / Aceptado: 29 de marzo de 2020

Resumen. Cuatro representó una de las últimas cadenas generalistas surgidas antes de la implantación definitiva de la Televisión digital Terrestre (TDT) en 2010. Su programación ofertó mayoritariamente producciones extranjeras de ficción, pero también emitió un buen número de producciones provenientes de empresas privadas españolas. Este artículo analiza la producción independiente emitida por Cuatro desde sus inicios en 2005 hasta 2015 y valora la repercusión de esta producción en la audiencia. De esta manera podrá demostrarse la importancia de la producción independiente para las estrategias de programación de Cuatro más allá de la compra de contenidos extranjeros. En concreto, se establecerán los géneros y programas que le otorgaron identidad propia a la cadena a través de un análisis de sus audiencias y tiempo de emisión.

Palabras clave: Televisión; España; Cuatro; programación; audiencia; producción independiente.

[en] Cuatro's gamble for independent production

Abstract. Cuatro represents one of the last generalist channels that emerged before the definitive implementation of Digital Terrestrial Television (DTT) in 2010. Its programming offered mostly foreign fiction productions, but also a good number of productions from Spanish private companies. This paper analyzes the independent production in Cuatro from its beginnings in 2005 to 2015 and assesses the impact of this type of production in the audience. In this way, it will be demonstrated the importance and influence of independent production for Cuatro's programming strategies, beyond the purchase of foreign content. Specifically, the TV genres and contents that helped the channel to have an own identity.

Keywords: Television; Spain; Cuatro; programming; audiences; independent production.

Sumario. 1. Introducción; 2. Objetivos, hipótesis y metodología. 3. Del arranque de emisiones a la implantación de la TDT 3.2 Evolución de la producción independiente en Cuatro (2010-2015). 4. Audiencias de la producción independiente en Cuatro (2005-2015). 5. Conclusión. 6. Referencias bibliográficas

Cómo citar: González-Aguilar, Juan Manuel (2020): "La apuesta de Cuatro por la producción independiente (2005-2015)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 571-582.

1. Introducción

La década de los noventa constituyó un periodo importante para la producción independiente dentro de la industria española. En primer lugar, la llegada de las cadenas privadas le otorgó un fuerte impulso debido a que el modelo de producción desarrollado por la televisión pública tuvo que modificarse como consecuencia del nuevo entorno televisivo (Pardo & Diego-González, 2004; Francés y Llorca-Abad, 2012; López-Cepeda, 2015; Formoso, 2017). En segundo lugar, y en concreto en el ámbito europeo, la *Ley 25/1994, de 12 de julio*, introdujo la denominada Directiva sobre Televisión sin Fronteras (Directiva 89/552/CEE, de 3 de octubre), donde se exigía a los operadores de televisión a designar un mínimo del 5% de los ingresos de explota-

ción a la financiación de largometrajes y películas para televisión europeas (Lacalle & Sánchez-Ares, 2019). Al final de la década, el sistema televisivo español ya contaba con una industria local sólida, puesto que las cadenas aumentaron su inversión de manera considerable (Pardo, 2001) y optaron por delegar proyectos a empresas externas.

Así la producción independiente nutrió las parrillas de las cadenas privadas y el entretenimiento si situó como el macrogénero más producido (Guerrero, 2010), gracias a un sistema de producción en el que las productoras profundizaban en aspectos creativos, mientras que las cadenas contribuían con medios técnicos que optimizaban la producción y aprovechaban de mejor manera los recursos económicos (Pérez Ornia & Gómez Amigo, 2004).

¹ Esta investigación se ha realizado dentro del proyecto de investigación CSO2015-66260-C4-1P *Historia de la Programación y de los Programas de Televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

² Universidad Internacional de la Rioja (España)
E-mail: jm.gonzaguilar@gmail.com

Con la llegada de las cadenas privadas generalistas Cuatro y La Sexta, en 2005 y 2006 respectivamente, la competencia de la industria independiente se intensificó. En 2010 la extinta Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales (FAPAE) contaba con 400 productoras afiliadas (Fapae, 2010, p. 7). A la demanda de las nuevas cadenas se unió la crisis cíclica que sufría el sector cinematográfico (Fernández-Quijada, 2008) que obligó a algunas empresas a trabajar dentro del ámbito televisivo.

Se entiende por producción independiente el proyecto financiado por una cadena privada que es desarrollado por una productora externa (Guerrero, 2005). La Directiva Europea de la Televisión Sin Fronteras definió en su momento a la figura del productor independiente como “la persona física o jurídica que no sea objeto de influencia dominante por parte de las entidades de radiodifusión televisiva por razones de propiedad, participación financiera o de las normas que la rigen” (Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio).

Se puede hablar de una atomización de la oferta. Por ejemplo, en el primer año de emisión de Cuatro se emitieron 35 programas que se compraron de 23 compañías distintas (Fernández Quijada, 2008). Los responsables entendieron que, al ser una cadena emergente, era necesario contar con proyectos nacionales dentro de su parrilla y distribuirlos de manera estratégica en todas las franjas horarias para obtener visibilidad. De hecho, muchas de estas producciones se ofertaron en horario *prime time* y aparecieron en el *ranking* de los programas más vistos (Guerrero, 2010 p. 159). Tanto fue el interés de la cadena por hacerse de un nombre y competir con sus similares que no renunció a trabajar con competidores directos como el grupo Imagina, accionista de referencia de La Sexta (Fernández Quijada, 2009 p. 70).

La cadena Cuatro ha sido objeto de estudios enfocados principalmente a la creación de su marca, en ellos se ha analizado su contexto empresarial y el desarrollo de su imagen corporativa (González-Oñate, 2007; González-Oñate, 2008). Por otra parte, la relación entre Cuatro y las producciones independientes también ha sido tratada en algunos proyectos centrados en la evolución del mercado y la irrupción de la cadena generalista (Fernández-Quijada, 2009). A su vez, algunos los programas de Información diaria e Infoentretenimiento también han sido analizados a través de sus formatos (Ortells-Badenes, 2009; Gascón-Vera y Marta-Lazo, 2016). A diferencia de los estudios realizados, esta investigación se centra en los contenidos producidos por empresas españolas, fundamentalmente en su tiempo de emisión y niveles de audiencia con la finalidad de determinar qué tipo de géneros y programas ayudaron concretamente a la cadena a formar su propia marca frente a la competencia. Esta investigación también se centra en descubrir cuáles fueron las empresas productoras más recurrentes para Cuatro y que tipo de contenidos produjeron para esta cadena generalista.

2. Objetivos, hipótesis y metodología

Esta investigación se centra en el análisis de la producción independiente emitida en Cuatro, teniendo en cuenta su presencia en la programación y los datos de audiencia obtenidos a lo largo de sus primeros diez años de vida. Los objetivos concretos son:

- Establecer la importancia de la producción independiente en la programación de Cuatro, más allá de la apuesta que se hizo por la producción extranjera.
- Determinar los macrogéneros y géneros televisivos que obtuvieron mayor popularidad en la cadena y que, en consecuencia, le ayudaron a conseguir una identidad propia durante su primera década de vida.
- Hallar los nuevos formatos que se experimentaron en Cuatro a través de la producción independiente.

Se ha englobado en el término *producciones independientes* a las que forman parte de la propuesta de Enrique Bustamante (1999). En primer lugar, denomina producción propia a toda aquella en la que participa la cadena de televisión. La interna es la que produce totalmente el operador con sus propios recursos. La externa la define como los contenidos que se producen por la cadena de televisión junto con otras compañías. Puede ser financiada, asociada o coproducción internacional. Por último, precisa que la producción ajena es aquella en la que no participara la cadena en cuestión y su trabajo se reduce a comprar los derechos de dicho contenido.

Para el análisis de esta producción, se realiza un análisis de contenido a partir de base de datos elaborado con los datos de las parrillas de programación halladas en las hemerotecas digitales los diarios *La Vanguardia*, *ABC* y *El País*. En dicha base de datos se tomaron como muestra cuatro semanas por cada año de los meses marzo, julio, septiembre y diciembre, lo que dio un total de 280 días analizados. Cada emisión se desglosó a través de dos conjuntos de categorías. La primera categoría se centra en la programación y producción de la emisión y reúne los siguientes datos: título de programa, macrogénero, género, día de la semana, carácter del día (laborable/fin de semana), fecha, hora de inicio, hora de finalización, duración y franja horaria. La segunda categoría está dirigida a la audiencia de cada emisión y contiene los siguientes datos: audiencia masculina, audiencia femenina y cuota de pantalla. Para el estudio de la programación la base de datos elaborada dos bloques: el primero de 2005 a 2010 (hasta la llegada de la TDT), mientras el segundo abarca el periodo de emisiones digitales (2010 a 2015). El análisis de las audiencias se examina teniendo en cuenta todo el periodo analizado (2005 a 2015) para obtener datos más significativos.

Para la clasificación de los programas se ha tomado como modelo la tipología establecida por el Euromo-

nitro, aunque se ha actualizado con otras propuestas (Ramírez-Alvarado y Gordillo-Álvarez, 2013) para la codificación de los formatos más recientes. Para completar los datos de programación y audiencia, se consultaron, además de las hemerotecas digitales antes mencionadas, revistas especializadas como *Teleprograma* y *Supertele*, además de portales digitales tales como *Formula TV*, *Espinof* y *Mitele*.

En esta investigación se demostrará la influencia e importancia de las producciones independientes en el desarrollo de las estrategias de programación de Cuatro. Se profundizará en las empresas y los contenidos que éstas produjeron para Cuatro. Asimismo se abordarán, a través de sus audiencias y tiempo de emisión, los géneros y programas que destacaron en la parrilla y que ayudaron a la cadena a crear una identidad frente a la competencia.

3. Del arranque de emisiones a la implantación de la TDT

Cuatro comenzó sus emisiones en noviembre de 2005 con el objetivo competir con las cadenas existentes y, en concreto, con el proyecto de La Sexta que tuvo su lanzamiento oficial en marzo de 2006. Para ello, la cadena intentó presentar una programación diferente (Oñate, 2008) y generar una marca a través de la compra y emisión de contenidos atractivos.

Durante sus primeros diez en el espectro televisivo español, Cuatro recurrió 17 empresas productoras (Tabla I). Dentro de las empresas que produjeron más contenidos se encuentran Molinos de papel, Plural Entertainment y Producciones Mandarina, esta última formaba parte del grupo Mediaset.

Tabla 1. Empresas productoras colaboradoras de Cuatro (2005-2015)

Nombre de la productora	Formatos producidos	Núm. de producciones
7 y acción	<i>Talk shows</i> , <i>Magazines</i>	2
Agencia Atlas (Mediaset)	Informativos, Reportajes	3
Big Bang Media	Concursos, Series	2
BocaBoca	<i>Coaching shows</i> , <i>Series</i>	2
Boomerang TV	<i>Coaching shows</i> , <i>Reality games</i>	4
La Competencia Producciones	Series, Docudramas	3
Cuatro Cabezas (Eyeworks)	<i>Reality shows</i> , <i>Dating shows</i>	6
La Fábrica de la Tele	<i>Magazines</i> , <i>Entrevista</i> , <i>Talent shows</i>	3
Fremantle	<i>Talent shows</i>	3
Globomedia	<i>Late night shows</i> , <i>Infotainment</i>	3
Gestmusic	<i>Call TV shows</i> , <i>Infoshows</i>	4
Grundy	<i>Talent shows</i> , <i>Dating shows</i>	3
Magnolia TV	<i>Educativos</i> , <i>Talent shows</i>	3
Molinos de Papel	<i>Reportajes</i> , <i>Documentales</i>	7
Plural Entertainment	<i>Coaching shows</i> , <i>Reality games</i> , <i>Series</i>	7
Producciones Mandarina (Mediaset)	<i>Infotainment</i> , <i>Talent shows</i>	6
Zeppelin TV	<i>Talent shows</i> , <i>series</i>	5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Molinos de Papel y Plural Entertainment, con siete producciones respectivamente, son las dos compañías que produjeron más contenidos para Cuatro. En el caso de Molinos de Papel, la empresa se especializó en los reportajes y documentales, sobre todo en aquellos emitidos en horario *prime time* y *late night* como los proyectos comandados por Frank Cuesta. Plural Entertainment, por su parte, constituyó la empresa más versátil para la cadena pues además de los

formatos de tele-realidad como los *coaching shows* y los *reality games*, produjo una serie (*La isla de los nominados*), un programa humorístico (*Vaya Trova*) y colaboró en la producción de un magacín de análisis de actualidad (*Las mañanas de Cuatro*).

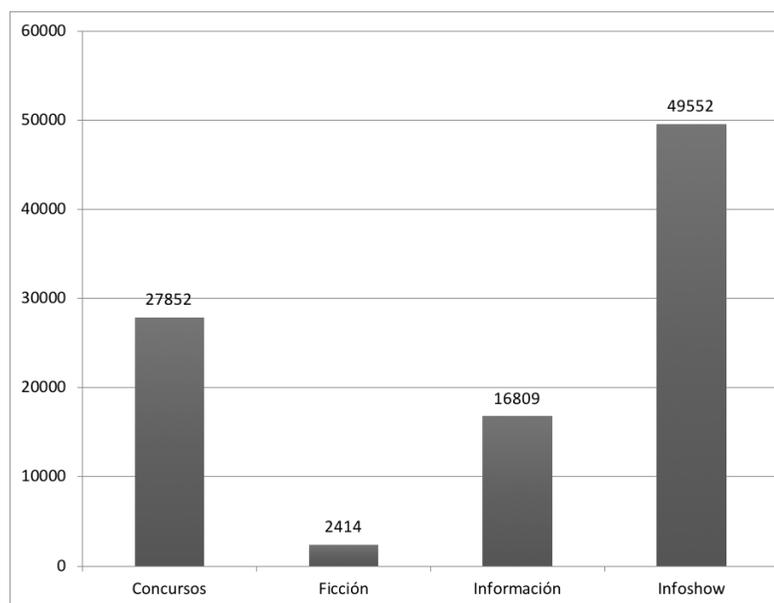
Los formatos de Concursos llegaron a Cuatro a través de dos empresas principalmente: la primera fue *Cuatro Cabezas* que a partir de 2010 estrenó tres *dating shows* en Cuatro en horario *prime time*; mien-

tras tanto, Zeppelin Tv fue la productora encargada de darle vida a los *talent shows* *Fama ¡a bailar!* y *Circus, la carpa en directo* y a las producciones derivadas de estos dos contenidos como *Fama School*, *Fama Revolution* y *Circus, más difícil todavía*. Cabe mencionar a Producciones Mandarin, que si bien se especializó en formatos de infoentretenimiento también algún contenido dentro de los *talent shows*.

El macrogénero que obtuvo mayor tiempo de emisión durante el primer lustro fue el *Infoshow* con 49.552 minutos (Gráfico 1). Los contenidos comandados por los magazines y *talk shows* se asentaron

principalmente en horarios matinal y *prime time*. Por su parte, los Concursos y la Información generaron de manera conjunta 47.110 minutos (Gráfico 1). Si bien estos dos últimos macrogéneros tuvieron más estrenos en estos primeros cinco años, los contenidos del *Infoshow* permanecieron por más tiempo en la parrilla. Por último, los contenidos más marginados en cuanto a tiempo de emisión fueron los de Ficción (Gráfico 1), de los cuales se estrenaron seis programas en esta primera etapa. No obstante, dos de ellos fueron emitidos en horario *prime time* (*7 días al desnudo* y *Chicas en la Ciudad*).

Gráfico 1. Tiempo de emisión (minutos) de la producción independiente por macrogéneros (2005-2010)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Como ejemplos de programas longevos en la cadena, se estrenaron *El Hormiguero* (Gestmusic Endemol/ 7 y acción, 2006-2011) y *El zapping de surfers* (España, Cuatro, 2005-2007). El primero es considerado uno de los programas más exitosos de los últimos años en la televisión española. Prueba de ello son sus elevados índices de audiencia en el *prime time* de la cadena con una media de 1.877.000 televidentes y los premios recibidos, como el Onda y los *Rose D'or* (El País, 2009; 20minutos, 2009), además de las nominaciones en los premios *Emmy* en 2011 y 2012.

Es un *talk show* presentado por Pablo Motos donde se mezclan secciones de entrevista, de magia, de humor y de divulgación científica siempre en compañía del presentador y de un invitado especial. Nació en 2006 y se mantuvo hasta 2011 dentro de la parrilla. *El zapping de Surfers* emitía las imágenes más impactantes de la semana tanto de la cadena como del entorno televisivo en general. Al igual que el *Hormiguero*, se emitió en horario *prime time* y alcanzó una audiencia de 1.565.000 espectadores. Cabe citar

igualmente el espacio *Vaya tropa* (Plural Entertainment, 2009-2010), que incluía *sketches* y parodias tanto de personalidades como de situaciones cotidianas de la sociedad, además de repasar la actualidad presentada por Arturo Valls y Mariam Hernández.

Los contenidos con toque humorístico, pero dedicados a personalidades y a la industria del entretenimiento en general, se vieron representados en los inicios de Cuatro por *Nos pierde la fama* (Cuatro cabezas, 2006) y *Unidad de Visionado Especial* (Cuatro, 2006). El primero, presentado Nuria Roca colaboración con Javier Coronas, Llum Barrera y Ronnie Arias, analizaba la actualidad de los personajes públicos de una manera desenfadada. El segundo, por el contrario, se basó en crear un ranking de las doce personas más destacadas en diferentes ámbitos que iban desde actores y directores, hasta futbolistas y empresarios. Este espacio era conducido los reporteros Miguel Rabaneda, Toño Hernández, Pepe Aznar y Xavier Deltell.

En los *late night shows* destacó *Noche Hache* (Globomedia, 2005-2008), un programa presenta-

do por Eva Hache donde se mencionaban las noticias diarias más destacadas en un tono humorístico y sarcástico. Al final de sus emisiones, la mayoría del elenco creó el programa *Estas no son las noticias* (Globomedia, 2008-2009) el cual compartía algunas secciones del primer contenido. En esta ocasión la emisión fue presentada por Quequé y Ana Morgade y a diferencia del primero, éste se emitió en horario *access prime time*.

Los formatos de tele-realidad también tuvieron espacio dentro de la parrilla. Desde principios de la década del 2000, los *reality shows* han acaparado gran parte del tiempo de emisión de cadena tanto nacionales como extranjeras. En el caso concreto de Cuatro, desde sus inicios se programaron emisiones cuya producción se basaba en formatos extranjeros. Entre los más destacados se encuentran: *Pekin Express* (Boomerant TV, 2008-2011) y *Reforma sorpresa* (Plural Entertainment, 2009-2010). El primero se originó de un programa belga en el que competían diez parejas a las cuales se les asignaban pruebas hasta superar 10 mil kilómetros. *Reforma sorpresa*, por su parte, tomó su idea de un espacio norteamericano en el cual un grupo de expertos tuvieron la misión de remodelar casas de personas comunes en un lapso de 24 horas.

En cuanto a proyectos originados de ideas locales llegó a las pantallas *Perdidos en la tribu* (Cuatro Cabezas, 2009-2012). Este programa se centró en mostrar el intercambio cultural de tres familias españolas con algunas de las tribus más antiguas del planeta. Durante la primera edición, las familias viajaron a Indonesia y Namibia³.

El segundo macrogénero en cuanto a tiempo de emisión se refiere fue el de Concursos con 27.852 minutos (Gráfico I). Los *talent shows*, en concreto, representaron el género más importante al estrenar más de quince programas diferentes a lo largo de los diez primeros años. Ya en el primer lustro Cuatro apostó con fuerza por este formato con estrenos de producciones basadas en formatos extranjeros como *Factor X* (España, Fremantle/Grundy, 2007-2018), *Tienes Talento* (Grundy, 2008) y *Circus. La carpa en directo* (Zeppelin TV, 2008). Los dos primeros centrados en habilidades artísticas musicales mientras que el segundo tenía como finalidad encontrar a nuevos talentos en el mundo circense (Cuatro, 2008).

Por su parte, *Fama ja bailar!* (España, Zeppelin TV, 2007- actualidad) centró su temática en una academia de baile y se consolidó como un programa con gran popularidad para la cadena puesto que, además de sus buenos números de audiencia en el horario de tarde, donde sumó cerca de 1.500.000 de televidentes, derivaron de él otros contenidos como *Fama School* (Zeppelin TV, 2008) y dos años más tarde *Fama Revolution* (Zeppelin TV, 2010), todos ellos emitidos en horario de tarde,

No todos los estrenos alcanzaron el éxito de *Fama ja bailar!*. *Family Rock* (Cuatro, 2006) se emitió en

horario *prime time*, pero permaneció menos de un año en la parrilla debido a sus bajos niveles de audiencia. En este programa las familias concursantes preparaban una canción de rock para tocar en vivo, con una falta evidente de talento (Espinof, agosto 2006).

Los concursos de talento gastronómico tuvieron cabida dentro de la parrilla desde los inicios de la cadena. En el primer lustro se estrenaron *Duelo de chefs* (Cuatro, 2005) y *Todos contra el chef* (Cuatro, 2006). El primero tenía como lema “encontrar al mejor cocinero de España” (Cuatro, 2005). En el segundo el chef Darío Barrio se enfrentaba a cualquier persona que lo retara a cocinar el mismo platillo.

Los concursos con formato *Call TV* comenzaron con gran fuerza en la cadena al estrenarse cinco programas durante los primeros cinco años de emisiones. Este tipo de espacios se centraban en acertijos y *quizes* que se planteaban a las personas que llamaban al programa. Esta tendencia la inició *Llárame* (Gestmusic, 2006). Le siguieron *Suerte por la mañana* (Telemedia InteracTV, 2007), *La llamada millonaria* (Cuatro, 2009) y *Marca y gana* (Cuatro, 2007-2010). Entre tanto, *Contamos contigo* (Gestmusic, 2006) llegó durante el primer año completo de emisiones y se presentó como el primer *Call TV show* emitido en horario matinal dentro de Cuatro puesto que los anteriores habían residido en los horarios de madrugada.

Los *dating shows* constituyeron un formato recurrente en Cuatro. A lo largo de los primeros años se estrenaron tres programas: *Rompecorazonas* (Cuatro, 2005) que fue uno de los primeros programas en salir del aire a causa de sus bajos niveles de audiencia (Espinof, diciembre 2005); *Granjero busca esposa* (Fremantle, 2008-2018), un espacio basado en un formato extranjero, presentado por Luján Argüelles en la versión de Cuatro; y *Elígeme* (España, Grundy, 2009), espacio presentado por Carlos Baute programado en las tardes para consolidar la audiencia de horarios vespertinos junto con *Fama ja bailar!* (Europapress, marzo 2009). Cabe mencionar que los *dating shows* no lograron consolidarse dentro de parrilla puesto que ninguno de los tres sobrepasó los 500.000 televidentes como media de audiencia y todos fueron emitidos en horario de tarde.

El tercer macrogénero con la mayor presencia en minutos de emisión, fue la Información con un total de 19.266 minutos (Gráfico I) durante el primer lustro. Dentro de este macrogénero recayeron diversos formatos que se extendieron desde programas de reportajes hasta espacios de entrevista, *coaching shows*, programas divulgativos y educativos, entre otros. Sin duda, los programas de información diaria y especializada como *Noticias Cuatro* (Agencia Atlas, 2005-2019), *Deportes Cuatro* y *Las mañanas de Cuatro* (Agencia Atlas/Producciones Mandarin/Plural Entertainment, 2006-2018) fueron los principales representantes de la Información. Los

³ Los *reality shows* se han englobado en el macrogénero *Infoshow*, de acuerdo a la información localizada en el Euromonitor

programas informativos se convirtieron en un contenido que marcó la diferencia entre las cadenas, de manera que ayudó a crear la marca del medio de comunicación (Casero-Ripollés, 2008; García Avilés, 2007). En el caso particular de los informativos en Cuatro, los presentadores rompieron con estilos tradicionales y crearon un modo propio, en el que originaban más interés que las propias noticias que ahí se contaban (Ortells-Badenes, 2009). *Las mañanas de Cuatro*, por su parte, fue un magazine que se acercó a las características del debate show, puesto que dentro del programa convivieron secciones de tertulia, entrevistas y mesas redondas con el afán de analizar la actualidad española y europea principalmente.

Además de los informativos, los programas de reportajes también otorgaron buenos números de audiencia a la cadena. Entre los más destacados se encuentran *Callejeros* (Molinos de papel, 2005-2014), *Callejeros Viajeros* (Molinos de papel, 2009-2013) y *Cuarto Milenio* (Plural Entertainment, 2005- actualidad). Los primeros optaron por colocar en el eje central de su temática la relevancia de los testimonios que eran descritos en el programa, así como la individualización de las historias en personas concretas (Ortells-Badenes, 2009) reunieron una media de cercana a 1.900.000 televidentes respectivamente en horario *prime time*.

Cuarto Milenio, a su vez, es considerado como uno de los programas más longevos de la cadena, manteniéndose en el *late night* durante la primera década de emisiones. Ya en su segunda temporada, sus índices de audiencia lo mantuvieron como uno de los programas más vistos de la cadena (Berlanga-Fernández, 2008), finalizando con una media de 1.500.000 de telespectadores durante la primera década. Destacó tanto por su aceptación por parte de la audiencia que manifestó un gran interés por los reportajes de investigación acerca de lo desconocido liderados por Iker Jiménez.

Los magazines y contenidos de actualidad destacaron por el número de estrenos durante la primera década, pero sin conseguir audiencias destacadas. De 2005 a 2010 se estrenaron programas como *El sexómetro* (Four Luck Banana, 2007) y *Visto y oído* (Notro Films, 2008). El primero fue un *debate show* a partir de encuestas realizadas a ciudadanos españoles con temas relacionados con el sexo y la actividad sexual. El segundo, aunque se consideró como una de las grandes apuestas de la cadena en sus primeros años (Miguel Ángel Palomo, El País, julio 2008), resultó un fracaso de audiencia (Formula TV, octubre 2008).

Dentro de los pocos programas considerados infantiles que se programaron en Cuatro durante su primera década destacó *Los Algos* (Gestmusic, 2007-2009), que narraba las aventuras de personajes que vivían en un lugar alejado del planeta tierra. Este contenido trató de huir del tono meramente pedagógico pues contaba con diferentes niveles de comprensión

con el objetivo de llegar a más espectadores (Isabel Gallo, El País, julio 2007).

Respecto a los programas documentales, Cuatro experimentó con diversos formatos para crear audiencia en el *access prime time* puesto que se trata una franja que no cuenta con audiencia cautiva (El País, 2005). Durante los primeros cinco años, la cadena probó con contenidos de temáticas muy diversas entre los que destacaron *Desafío Extremo* (Cuatro, 2007-2014), basado en expediciones y protagonizado por Jesús Calleja y *Hazte un cine* (Cuatro, 2006), espacio presentado por Antonio Muñoz de Mesa en el que se comentaban y proyectaban los grandes éxitos cinematográficos.

Los programas documentales de tipo *coaching show* comenzaron a tener presencia dentro de la parrilla desde los inicios de la cadena. Dentro de los primeros se pueden mencionar *S.O.S Adolescentes* (Magnolia TV, 2007-2008), *Supernanny* (Magnolia TV, 2005-2011) y *Hermano Mayor* (Plural Entertainment, 2009-2017), que se centraron en tratar problemas de adolescentes. Mientras que, dentro de los segundos, destacó *¡Qué desperdicio!* (Boomerang TV, 2007) en el cual los presentadores Raquel Sánchez Silva y Diego Chueca daban a la audiencia consejos y trucos para reciclar.

Por último, dentro del *Infotainment* se adaptaron programas provenientes de Canal Plus como *Las noticias del guñol* (Sogecable, 1995-2008), programa muy recurrido en el *primer time* en el primer año de emisiones donde alcanzó una media de audiencia que rebasó los 850.000 televidentes.

El macrogénero con menor tiempo de emisión a través de la producción independiente durante los primeros cinco años fue la Ficción, a diferencia del resto de las cadenas de televisión. Esto se debe principalmente a la apuesta que se hizo por emitir series icónicas de producción extranjera. No obstante, también se estrenaron durante este primer lustro seis contenidos de ficción de producción local en formato de comedia, como *7 días al desnudo* (Video-media, 2005-2006), *Chicas en la ciudad* (Zeppelin TV, 2005-2006), *Amistades peligrosas* (BocaBoca Producciones, 2006) y *Cuestión de sexo* (Notro Films, 2007-2009), esta última considerada una de las grandes apuestas de la ficción en Cuatro, a la altura de sus contenidos de ficción extranjeros (Orta, *La Vanguardia* agosto 2007). Las comedias juveniles fueron minoritarias (*HKM*, Notro Films, 2008-2009) lo que evidencia el interés de Cuatro por llegar a un público generalista

Esta búsqueda de un público amplio no impidió a Cuatro innovar en contenidos de ficción. *Suárez y Mariscal, caso cerrado* (Cuatro, 2005-2006) fue una producción que no contaba con actores profesionales: sus protagonistas eran agentes reales de policía. Si bien, estos experimentos no dieron el resultado esperado: la serie se suspendió a los dos meses de haber sido estrenada con algunas críticas acerca de los protagonistas y bajos niveles de audiencia con menos de 400.000 telespectadores.

3.2 Evolución de la producción independiente en Cuatro (2010-2015)

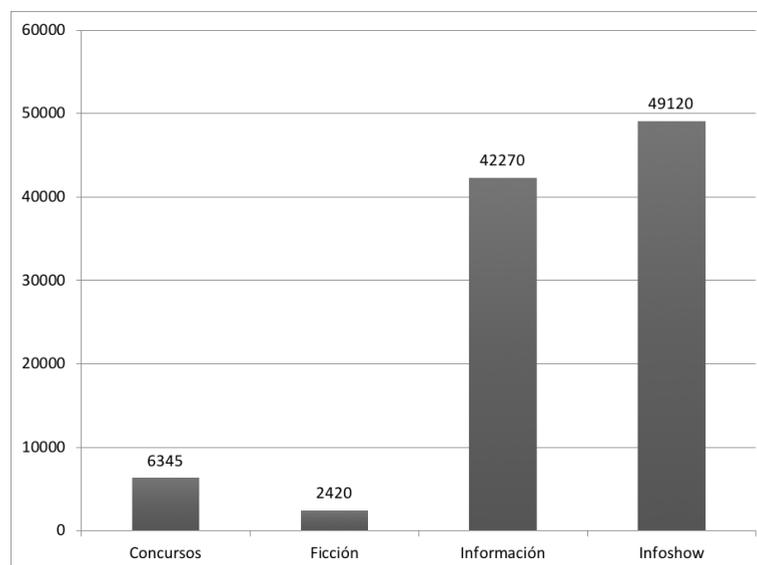
Con la implantación definitiva de la TDT en 2010, la oferta televisiva se incrementó especialmente con programas del infoentretenimiento (Gonzalo, García & Domínguez, 2014). En el caso particular de Cuatro, dicho incremento se vio reflejado en los macrogéneros de *Infoshow* e Información principalmente.

El *Infoshow* volvió a liderar el tiempo de emisión al sumar 49.870 minutos (Gráfico II), cifra muy cercana a sus emisiones en los primeros cinco años

(Gráfico I). Al igual que en sus inicios, la cadena optó por reproducir contenidos basados en producciones extranjeras como es el caso del *reality game* llamado *Expedición Imposible* (Boomerang TV, 2011-2013) en que diez parejas pasaban pruebas físicas y de habilidad en un país determinado. En la versión española, la competencia se desarrolló en Marruecos.

Asimismo, se emitió el concurso *Padres Lejanos* (Plural Entertainment, 2012), un espacio donde padres e hijos viajaron a la Patagonia (Argentina) para competir en diversos retos. Este espacio navegó entre el concurso y el docudrama pues en él se mostraban los conflictos de relación de cada padre con su hijo.

Gráfico 2. Tiempo de emisión (minutos) de la producción independiente por macrogéneros (2010-2015)



Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente a los programas originados en formatos extranjeros, llegaron a la pantalla espacios como *Perdidos en la ciudad* (Cuatro Cabezas, 2011-2013) que constituyó la continuación de *Perdidos en la tribu*, pero con los roles intercambiados, es decir, habitantes de tribus lejanas llegaban a convivir por dos meses con familias españolas.

Dentro de los géneros *reality show* y docudrama, se emitieron *Hijos de papá* (Cuatro, 2011) y *Palabra de gitano* (La Competencia Producciones, 2013) respectivamente. En el primero se seguían los trabajos impuestos a jóvenes de clase socio-económica elevada, mientras que el segundo dio a conocer el estilo de vida de la comunidad gitana.

Como se mencionó anteriormente, el *Infoshow* lideró el tiempo de emisión de la cadena en cuanto a producciones locales se refiere, sin embargo el macrogénero que más creció y que contó con el mayor número de estrenos fue la Información, puesto que alcanzó 49.560 minutos de emisión (Gráfico II), lo que representa más del doble de minutos que los registrados durante el primer lustro (Gráfico I). En pri-

mer lugar, los programas y magazines de actualidad se renovaron con contenidos como *Te vas a enterar* (Producciones Mandarin, 2012-2013) *La otra red* (La fábrica de la Tele, 2014- actualidad) y *Todo va bien* (Producciones Mandarin, 2014-2015). En el ámbito cómico entraron a la parrilla contenidos como *Tonterías las justas* (7 y acción, 2010-2011), *No le digas a mamá que trabajo en la Tele* (Producciones Mandarin, 2011) y *Caiga quien Caiga* (Globomedia, 1996-2010), que se estrenó en las pantallas de Cuatro después de haber sido emitido en Telecinco a finales de los años noventa y en La Sexta de 2005 a 2008. En el formato de entrevista se programó *Viajando con Chester* (La fábrica de la Tele, 2014-actualidad), en el que Risto Mejide conversaba con personajes públicos de la actualidad. En cuanto a los programas de debate, apareció *Un tiempo nuevo* (Producciones Mandarin, 2014-2015) programa que ya dejó de emitirse en Telecinco por sus bajos niveles de audiencia y tampoco obtuvo el éxito deseado en Cuatro (El País, 9 diciembre 2015) donde apenas sobrepasó los 500.000 espectadores.

La cadena potenció las franjas horarias nocturnas con el estreno de varios contenidos centrados en el reportaje televisivo y los géneros documentales. Dentro de los primeros aparecieron producciones como *Hotel, dulce Hotel* (Molinos de papel, 2010), *Ola, ola* (Molinos de papel, 2008), *After Hours* (Pulso, 2010) en los que se mostraba la vida nocturna de las ciudades turísticas. Además, se sumó el programa *Diario de...* (Agencia Atlas, 2004-2014). En cada episodio se investigaba un caso en concreto que se desarrollaba, a diferencia de los programas anteriormente mencionados, en una urbe diferente, presentado por Mercedes Milá.

Dentro del género documental se emitieron producciones comandadas por los proyectos presentados por Jesús Calleja y Frank Cuesta. El primero presentó *Planeta Calleja* (Mediaset, 2014-actualidad) y *Volando voy* (Mediaset, 2015-actualidad) que se programaron en horario *prime time*. Mientras tanto, Frank Cuesta estrenó las producciones *Frank de la jungla* (Molinos de papel, 2010-2013), *Natural Frank* (Molinos de papel, 2013-2014) y *La selva en casa* (Molinos de papel, 2011-2012). No faltaron estrenos sobre diferentes temáticas como los dedicados a casos de médicos (*El cirujano*, Cuatro, 2009-2011; *Superdoctores*, Endemol, 2011); al trabajo de la Guardia Urbana de Barcelona (*Cabo Vadillo*, La Competencia Producciones, 2014); y al mundo del automovilismo (*Sí parpadeas*, Mediaset, 2012-2016).

Por último, los *coaching shows* resultaron también un formato potenciado por la cadena. Llegaron a la parrilla *Malas Pulgas* (BocaBoca 2010-2012) y *La incubadora de negocios* (Cuatro, 2013-2014), y *Ajuste de cuentas* (Boomerang Tv, 2008-2011). El primero se centraba en el adiestramiento de perros, mientras que el segundo ayudaba con sus consejos a diferentes proyectos emprendedores. *Ajuste de cuentas* se retiró de la programación en 2011 pese a su buena aceptación en el *prime time* (FormulaTV, agosto 2011). Este programa presentado por el ex deportista y empresario Curro Avalos asesoraba a personas en temas financieros.

El macrogénero Concursos descendió su tiempo de emisión de manera considerable: alcanzó 6.345 minutos de emisión (Gráfico II) a diferencia de los 27.852 minutos que había alcanzado en los cinco años iniciales. Se eliminaron por completo los estrenos de los *Call TV shows* y se optó por la emisión de *game shows* inspirados en producciones foráneas, como sucedió en otros formatos dentro de la cadena. De esta manera se estrenaron *Uno para ganar* (Big Bang Media, 2011-2012) y *El cubo* (Europroducciones, 2012). El primero era de origen norteamericano y el segundo basado en un formato inglés. Algunos *talent shows* se mantuvieron en antena como *Fama ¡a bailar!* y sus programas

derivados y otros llegaron a la parrilla a través de diferentes temáticas. Por ejemplo, continuaron las emisiones de corte gastronómico como los concursos *Deja sitio para el postre* (Magnolia TV, 2014) y *Mi madre cocina mejor que la tuya* (Producciones Mandarina, 2014-2018). La oferta se completó *El comecocos* (La fábrica de la Tele, 2011), un espacio en el que se buscaba al “mejor orador de España” (Cuatro, 2011).

Por último, los *dating shows* ganaron popularidad y sumaron tres estrenos más en los cinco años subsecuentes. Se emitieron *Un príncipe para Corina* (Cuatro Cabezas, 2013-2016), *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* (Cuatro Cabezas, 2012-2017) y *Adán y Eva* (Cuatro Cabezas, 2014-2015).

En el caso del macrogénero de Ficción su tiempo de emisión se mantuvo prácticamente en el mismo nivel con 2420 minutos. Estos minutos se llenaron con series de comedia como *La isla de los nominados* (Plural Entertainment, 2010), *Ciega a citas* (Big Bang Media, 2014), y *Gym Tony* (La Competencia, 2014-2016), un espacio en formato de *sketches*.

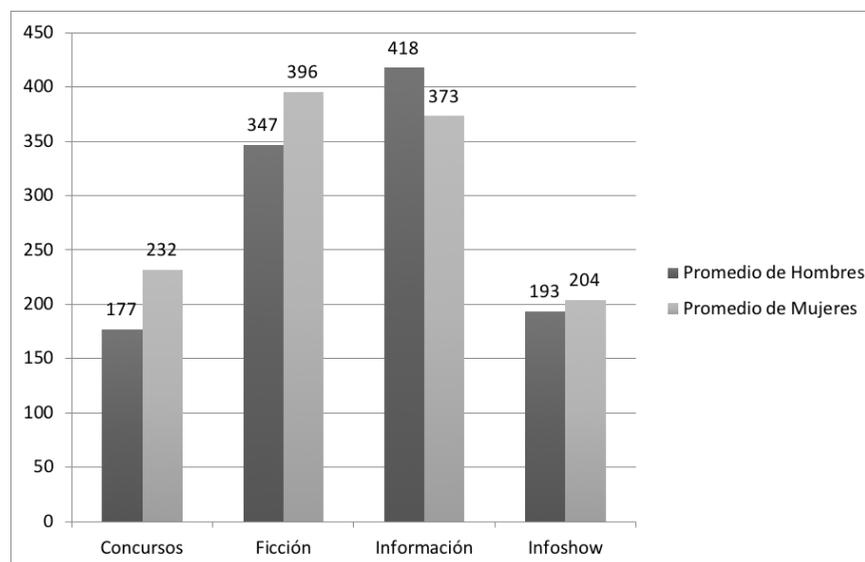
4. Audiencias de la producción independiente en Cuatro (2005-2015)

Los macrogéneros que obtuvieron mejores audiencias gracias a la producción independiente fueron la Información y la Ficción. La Información alcanzó una media superior a los 750.000 televidentes (Gráfico III), además significó el único macrogénero donde la audiencia masculina fue mayor que la femenina (Gráfico III). Esta diferencia se observa especialmente en los informativos *Noticias Cuatro* y *Deportes Cuatro*. Sumados a estos programas, algunos contenidos de reportajes como *Volando voy* y *Ola, ola* y otros como *Las noticias del guiñol*, *Tonterías*, *las justas* y *No le digas a mamá que trabajo en la Tele* obtuvieron de igual manera, mejores números de audiencias en hombres que en mujeres.

A su vez, las emisiones *Cuarto Milenio* y *Las mañanas de Cuatro*, que significaron dos de los programas más longevos de la cadena durante la primera década, obtuvieron importantes índices de audiencia. El primero logró un poco más de 1.500.000 de televidentes y el segundo alcanzó 739.000 como media de audiencia. Mención especial merecen los *coaching shows* puesto que *Hermano Mayor* y *Supernanny* lograron cerca de 3 millones de espectadores como media de audiencia, mientras que *S.O.S Adolescentes* promedió 1.290.000 televidentes.

Por su parte, las producciones de tipo documental presentados por Jesús Calleja que fueron *Desafío Extremo* y *Planeta Calleja* obtuvieron como media de audiencia 1.344.000 y 1.187.000 respectivamente.

Gráfico 3. (,000) Audiencias de la producción independiente en Cuatro (2005-2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Con la ficción ocurrió un fenómeno peculiar pues representó el macrogénero con el menor tiempo de emisión, como se ha visto, y alcanzó una media cercana a los 750.000 espectadores (Gráfico III), mayor en comparación a los Concursos y al *Infoshow*, que fue uno de los macrogéneros que gozó de mayor tiempo de emisión. Si bien es cierto que en Cuatro las apuestas fuertes en ficción se hicieron a través de producciones extranjeras, se estrenaron un total de diez series españolas en la primera década de vida. De estas, destacaron en audiencia *Gym Tony* que significó la serie más exitosa para la cadena al alcanzar una media de 1.690.000 televidentes. *Ciega a Citas* y *La isla de los nominados*, alcanzaron audiencias similares, sus niveles sumaron entre 800.000 y 850.000 espectadores. *Cuestión de sexo*, que se mantuvo durante dos años en el *prime time* de la parrilla, logró obtener 1.305.000 como media de audiencia. Pero no toda la ficción fue bien recibida por la audiencia: *Chicas en la ciudad* y *Suárez y Mariscal, caso cerrado*, no lograron el apoyo de los espectadores para permanecer en antena.

Los dos macrogéneros restantes obtuvieron un promedio de audiencias discreto. Esto se debe quizá a que dentro de ellos contrastan programas muy populares con programas con escasos números de audiencia. En el caso del *Infoshow*, los espacios como *El Hormiguero*, *El zapping de Surferos* y *Vaya Tro-pa* rebasaron la media del millón de espectadores, mientras que programas como *Nos pierde la fama* y *Unidad de Visionado Especial* únicamente alcanzaron una audiencia que osciló entre 300.000 y 500.000 personas, es decir, menos de la mitad que los contenidos mencionados en primer lugar. Los *reality shows* generaron buenos números de audiencia, puesto que, de los nueve estrenos, seis de ellos superaron la media del millón de televidentes entre los que destacan

Perdidos en la tribu y *Perdidos en la ciudad*, ambos emitidos en horario, *late night* y que consiguieron una media de 1.828.000 y 1.776.000 espectadores respectivamente.

Los programas de Concursos, por su parte, generaron una media de audiencia de 409.000 televidentes (Gráfico III), en su casi 30 estrenos ocurridos durante la primera década. Dentro de los más destacados pueden citarse *Fama ¡a bailar!* con un acumulado de 1.569.000 televidentes (Anexo III) y los *dating shows* tales como *Un príncipe para Corina*, *Adán y Eva* y *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* que lograron una audiencia entre 1.200.000 y 1.400.000 televidentes respectivamente.

5. Conclusión

La oferta televisiva de Cuatro, durante sus primeros diez años, pretendió obtener la identidad necesaria para poder ser considerada una opción real de entretenimiento dentro del sistema televisivo español y así diferenciarse tanto de las cadenas establecidas como de las emergentes como La Sexta que, a su vez, constituyó su competencia más directa. Es necesario mencionar la importancia que tuvieron indirectamente los formatos extranjeros en la configuración de contenidos locales, puesto que un gran número de programas se inspiraron en contenidos foráneos, sobre todo en los concursos y la tele-realidad. La producción independiente dentro de Cuatro recayó en cuatro macrogéneros principales que fueron: la información, el *Infoshow*, los concursos y la ficción. Dentro del *Infoshow*, que constituyó el macrogénero con mayor tiempo de emisión a lo largo del periodo analizado, formatos como los *talk shows* y programas humorísticos acapararon el *prime time* de la cadena.

No obstante, fue la Información el macrogénero que experimentó un mayor incremento en presencia (minutos) en antena. Esto se debe a la necesidad de la cadena por crear una identidad fuerte en comparación con las demás cadenas. Los programas de información diaria y especializada se transmitían en horarios matinal, sobremesa y *prime time*, es decir, tuvieron una presencia importante de manera constante dentro del canal. Por lo tanto, estos espacios se consideraron los principales contenidos por los cuales la cadena comenzó a subir en cuando a audiencias y popularidad. Mención especial merece *Deportes Cuatro* que superó en audiencia a *Noticias Cuatro* y que se consideró un espacio crucial para la identidad de la cadena, puesto que contó con la presencia de Manolo Lama y Manu Carreño, dos periodistas que se convirtieron en el principal atractivo del programa (Feijóo-Fernández y Fernández-Vázquez, 2012). Este informativo especializado superó el promedio de audiencia de *Noticias Cuatro*.

Los formatos documentales y de reportajes también fueron los responsables de que el tiempo de emisión de la Información se elevaran a partir de 2010. De la mano de Jesús Calleja y Frank Cuesta llegaron algunos programas que superaron la media del millón de espectadores, como se ha explicado. Pero también se estrenaron programas que no lograron permanecer en la parrilla como los reportajes dedicados a la vida nocturna y los docudramas sobre casos médicos, generalmente emitidos en horario *late night*.

Existieron otros formatos que, a pesar de tener buena aceptación del público, no se les dio continuidad en la parrilla como es el caso de los *coaching shows*.

En el macrogénero de Concursos, los dos formatos que otorgaron mejores números de audiencia fueron los *talent shows* y los *dating shows*, que no dejaron de tener estrenos durante la década analizada y que fueron emitidos principalmente en la tarde y en el *prime time* y con una competencia directa con programas de otras cadenas (Forn, *La Vanguardia*, enero 2008) (Forn, *La Vanguardia*, febrero 2009). En el caso de los *talent shows*, destacó *Fama ¡a bailar!* que se adueñó de la programación de la tarde, aunque los programas derivados de este contenido no llegaron a alcanzar audiencia, como *Fama... la escuela en directo* o *Fama Revolution*. Se estrenaron en total tres

talent shows centrados en habilidades gastronómicas entre los que destacó *Mi madre cocina mejor que la tuya* tanto por sus números de audiencia como por su duración dentro de la parrilla de programación. Mientras tanto, los *dating shows* comenzaron a tener buena respuesta de la audiencia a partir de 2010. Esto se debe principalmente a que su posición dentro de la parrilla cambió a lo largo de estos diez años puesto que durante el primer lustro estos espacios se programaron en horarios de sobremesa y tarde, mientras que a partir del 2010 fueron emitidos en el *late night* donde entregaron buenos números de audiencia. Lo último se comprueba en que los primeros *dating shows* obtuvieron una media menor a los 600.000 espectadores, mientras que los espacios estrenados a partir de 2010 rebasaron el millón de espectadores.

Con la ficción sucedió un fenómeno particular. Su tiempo de emisión no rebasó los 5.000 minutos a lo largo de esta primera década, sin embargo reunió una media de audiencia cercana a los 750.000 televidentes situándose en segundo lugar, tras el macrogénero Información. Además de *Gym Tony*, considerada la más exitosa de acuerdo a los resultados de su audiencia, otras producciones como *Cuestión de sexo* y *El mundo de Chema* superaron la media del millón de televidentes.

Las producciones independientes influyeron directamente en la planeación de la parrilla de programación de Cuatro. Más allá de los contenidos comprados en el extranjero, la producción local se hizo de un hueco dentro de esta cadena y, a partir programas como *Noticias Cuatro*, *Deportes Cuatro*, *Cuarto Milenio*, *El hormiguero*, *El zapping de Surferos* y *Fama ¡a bailar!*, por mencionar algunos, se trató de crear una personalidad propia. De la misma manera, es importante reconocer que estos programas y algunos más compitieron por las audiencias con cadenas que ya estaban establecidas. Cabe mencionar también que las producciones surgidas de proyectos extranjeros, basadas principalmente en formatos de Concursos y tele-realidad, le otorgaron buenos dividendos de audiencia a Cuatro. En este caso, una línea de investigación que se abre es: conocer más a fondo qué tipo de formatos extranjeros fueron los más reproducidos por empresas de producción españolas y cuáles de éstos funcionaron mejor en cada una de las cadenas en las que fueron emitidos.

6. Referencias bibliográficas

- ‘El Hormiguero’ gana el premio Rose d’Or al Mejor Programa de Entretenimiento (6 de mayo 2009). *20minutos*. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/466860/0/hormiguero/premio/rose/>
- ‘El Plan B’ de ‘El Hormiguero’ gana una Rose d’Or (11 de mayo de 2012). *Diario El País*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2012/05/10/television/1336672401_890542.html
- “Ajuste de cuentas” y “La escalera” cierran este viernes sus ediciones en Cuatro. (4 de agosto de 2011). *FórmulaTV*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/20783/ajuste-de-cuentas-la-escalera-cierran-viernes-ediciones-cuatro/>
- “El cirujano” (Cuatro) sigue la vida de Rafael, el segundo trasplantado de cara en España. (1 de junio de 2010). *Diario El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2010/06/01/actualidad/1275374932_850215.html

- Berlanga-Fernández, Inmaculada (2008). “Programas divulgativos y periodismo de misterio: ¿telebasura o rigor informativo?”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (31), 765-770. DOI:10.3916/c31-2008-03-079
- Bustamante, Enrique; Monzoncillo-Álvarez, José María. (1999). “España: la producción audiovisual en el umbral digital”. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, 4 (7).
- Casero-Ripollés, Andreu (2008): “La producción de la información audiovisual”, en Marzal, Javier; López Cantos, Francisco (eds.): *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. Valencia: Tirant lo blanc.
- Cuatro busca pugnar con las grandes cadenas con formatos espectaculares. (29 de agosto de 2007). *La Vanguardia*.
- Cuatro cancela “Todo va bien” de forma fulminante. (7 de febrero de 2015). *Diario El País*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2015/02/06/television/1423239270_291956.html
- Cuatro cancela “Un tiempo nuevo” (9 de diciembre de 2015). *Diario El país*. Recuperado de: https://elpais.com/cultura/2015/12/09/television/1449682029_649642.html
- Cuatro prepara un programa de operaciones quirúrgicas avanzadas (15 de junio de 2009). *Europapress*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/tv/noticia-cuatro-prepara-programa-operaciones-quirurgicas-avanzadas-20090615193741.html>
- Cuatro retira Rompecorazones a partir de este jueves. (2005, 21 de diciembre). *VerTele*. Recuperado de: http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/retira-rompecorazones-partir-jueves_0_654234573.html
- Europapress (2009, 23 de marzo). Carlos Baute, el cupido de Cuatro en “Elígeme”. Recuperado de: <https://www.europapress.es/tv/noticia-carlos-baute-cupido-cuatro-eligeme-20090323173203.html>
- Family Rock, ¿la televisión para todos los públicos tiene que ser así? (2006, 7 de agosto). Espinof. Recuperado de: <https://www.espinof.com/cuatro/family-rock-la-television-para-todos-los-publicos-tiene-que-ser-asi>
- Fapae (2010). *Informe anual*. Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles.
- Feijóo-Fernández, Beatriz; Fernández-Vázquez, Jessica. (2012). “La inclusión de publicidad en informativos: el caso de Deportes Cuatro”. En: *Question*, Vol 1, nº36 141-150.
- Fernández-Quijada, David (2008). “El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y LaSexta”. *Comunicación y sociedad*, v. 22, n. 1, pp. 59-88.
- Fernández-Quijada, David (2009) “El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y LaSexta”. *Comunicación y sociedad*. 2009, vol. XXII, núm.1, p.59-88.
- Formoso, Finocha (2017). “La ficción televisiva y su programación en España”. Círculo Rojo
- Forn, Marta (25 de enero de 2008) “Guerra entre Telecinco y Cuatro por sus concursos cazatalentos”. *La Vanguardia*. p.13
- Forn, Marta (29 de febrero de 2008) “Cuatro da un giro a la sobremesa y se decanta por los concursos”. *La Vanguardia*. p. 13
- Francés, Miquel; Llorca-Abad, Germán (2012). “La ficción audiovisual en España: relatos, tendencias y sinergias productivas” (Vol. 39). Editorial Gedisa.
- Gallo, Isabel (13 de julio de 2007) “Los Algos” invaden el planeta Cuatro. *Diario El país*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2007/07/13/radiotv/1184277603_850215.html
- García-Avilés, José. (2007). “El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea”. *Anàlisi*, 35, 47-63.
- Gascón-Vera, Patricia; Marta-Lazo, Carmen. (2016). “Internacionalización de un formato televisivo de éxito: El Hormiguero”. *Revista Observatorio*, 2(2), pp. 275-300.
- González-Oñate, Cristina. (2007). “La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro” (Tesis Doctoral) Universitat Jaume I.
- González-Oñate, Cristina. (2008). “«Cuatro»: the new strategy of television trademark to connect with young people”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(31). 357-366. DOI: 10.3916/c31-2008-03-018
- Guerrero, Enrique (2005). “The competition as quality gender on Spanish television”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13(25).
- Guerrero, Enrique. (2010a). “El entretenimiento en la televisión española”. Deusto.
- Guerrero, Enrique. (2010b). “Las productoras de contenidos: protagonistas de una industria multimedia. El caso de España”. *Revista de Comunicación*, 2010, Vol. 9, pp. 150-173
- Lacalle, Charo; Sánchez-Ares, Mariluz. (2019). “Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y la concentración vertical”. *El profesional de la información (EPI)*, 28(1). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.10>
- Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1999-12694>
- Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1994-16224>

- López-Cepeda, Ana María (2015). “Nuevos y viejos paradigmas de la televisión pública: alternativas a su gobierno y (des) control”. *Comunicación Social*.
- Ortells-Badenes, Sara (2009b). “La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12 (64), 341-353 DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-827-341-353
- Ortells-Badenes, Sara. (2009a). “El infoentretenimiento en televisión. El caso de Noticias Cuatro”. In *Presentado en el II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales* (pp. 27-29).
- Palomo, Miguel Ángel (30 de junio de 2008) Cuatro renueva la tarde con un magacín y un concurso. *Diario El país*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2008/06/30/radiotv/1214776806_850215.html
- Pardo, Alejandro; Diego-González, Patricia (2004), “La producción televisiva independiente en España (1997-2002): cómo sobrevivir en un mercado competitivo”, en Latorre, Jorge, Alfonso Vara y Montserrat Díaz (eds.), *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales*, Ediciones Eunate, Pamplona, 2004, pp. 421-442
- Pardo, Alejandro. (2001). “La producción televisiva: un sector en alza”. En A.A.V.V *La nueva era de la televisión*, Academia de la Televisión de España y Corporación Multimedia, Madrid, 2001, pp. 41-50
- Pérez-Ornia, José Ramón; Gómez-Amigo, Santiago. (2004): “Crece la producción independiente pero bajan los beneficios”, *El anuario de la televisión 2004*, Madrid, GECA.
- Ramírez-Alvarado, Mar; Gordillo-Álvarez, Inmaculada. (2013). “Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático”. *Anuario ININCO: investigaciones de la comunicación*, 25 (1), 339-364.
- Suárez y Mariscal, cancelado (4 de febrero de 2006). *Espinof*. Recuperado de: <https://www.espinof.com/series-de-ficcion/suarez-y-mariscal-cancelado>
- Todos contra el chef: Un concurso distinto. (2005, 16 de noviembre). *Espinof*. Recuperado de: <https://www.espinof.com/cuatro/todos-contra-el-chef-un-concurso-distinto>

Juan Manuel González-Aguilar es becario predoctoral en la Universidad Internacional de la Rioja. Cursó el master en Patrimonio Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid (2016-2017). Sus líneas de investigación se centran en la programación televisiva y recientemente en temas relacionados con la comunicación política en redes sociales. Desarrolla su tesis doctoral en un estudio de programación de la cadena Cuatro a lo largo de sus primeros diez años de vida. Forma parte del equipo del proyecto de investigación “Historia de la programación y de los programas de la televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico (1990-2010)”. Los resultados de sus estudios se han publicado en las revistas: *Documentación de las Ciencias de la Información*, *Historia y Comunicación Social* y próximamente *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3668-470X>