

# Pantallas conectadas: la crisis de TVE y su influencia en el cine nacional (1990-1996)

## *Connected screens: the crisis in TVE and its repercussions for the Spanish film industry (1990-1996)*



**Fátima Gil Gascón.** Profesora Titular en el Grado de Comunicación del departamento de Historia, Geografía y Comunicación de la Universidad de Burgos. Sus principales líneas de investigación son las relaciones entre cine y televisión y la representación femenina en los medios, principalmente durante la Guerra Civil y el Franquismo. Sobre estas cuestiones ha publicado diversos artículos en numerosas revistas españolas y extranjeras.

Universidad de Burgos, España  
fatimagg@ubu.es  
ORCID: 0000-0002-7920-2144



**Mar Chicharro.** Doctora en Sociología y profesora titular de comunicación audiovisual de la Universidad de Burgos. Sus líneas de investigación se centran en el estudio del medio televisivo, sus mensajes y sus públicos; también en cuestiones sobre género y medios de comunicación. Investigadora principal y evaluadora de proyectos, ha publicado en revistas nacionales e internacionales.

Universidad de Burgos, España  
mdchicharro@ubu.es  
ORCID: 0000-0001-7510-1373

Recibido: 15/02/2022 - Aceptado: 25/05/2022 - En edición: 06/06/2022 - Publicado: 01/07/2022

Received: 15/02/2022 - Accepted: 25/05/2022 - Early access: 06/06/2022 - Published: 01/07/2022

### Resumen:

Este artículo tiene como objetivo estudiar la política cinematográfica de televisión española y su relación con la crisis de la industria fílmica entre 1990 y 1996. Para ello se estudiará la programación cinematográfica y la participación del Ente Público en la financiación de producciones nacionales. La investigación pretende corroborar dos hipótesis. Por un lado, cómo la televisión pública tuvo que buscar nuevas estrategias para fidelizar a unos espectadores que por primera vez podía elegir lo que veía. Esto condicionó al cine nacional emitido en ambas

### Abstract:

*This article aims to analyse Spanish television's film policy and its relationship with the crisis in the Spanish film industry between 1990 and 1996. To do this, we examine TVE's participation in the financing of domestic productions and its cinematographic scheduling. Our research aims to corroborate two hypotheses. Firstly, that the need to secure the loyalty of an audience that, for the first time, could choose what it watched, forced public television to find new strategies. This affected all scheduling, especially domestic films broadcast on both channels. Low*

### Cómo citar este artículo:

Gil Gascón, F. y Chicharro, M. (2022). Pantallas conectadas: la crisis de TVE y su influencia en el cine nacional (1990-1996). *Doxa Comunicación*, 35, pp. 245-260.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1622>

cadena. Sus bajos índices de audiencia hicieron que este producto no resultara rentable y, por consiguiente, que no fuera convenientemente programado en la pequeña pantalla. Por otro, se intentará demostrar que los problemas económicos del Ente incidieron en la crisis de la industria cinematográfica española. La escasez de capital modificó las formas de producción y de colaboración económica entre ambos medios debilitando aún más la frágil industria cinematográfica nacional. La falta de apoyo al cine no solo tuvo un efecto negativo en la producción. También repercutió en su promoción y en su reconocimiento y aceptación por parte de la sociedad.

**Palabras clave:**

Televisión española; películas; industria cinematográfica, crisis televisión española; política cinematográfica; crisis cine español.

## 1. Introducción

En 1990 se implantaron las primeras cadenas privadas en España rompiendo un monopolio de casi cincuenta años. La Neotelevisión, generó un cambio radical en el concepto, función y consumo de la pequeña pantalla. El nuevo paradigma, caracterizado por la modificación de la realidad, la hipervisibilidad, el aumento de la oferta o la espectacularización de los contenidos no solo transformó el medio televisivo (Eco, 1986). También incidió en la industria cinematográfica del país.

Actualmente, el sector audiovisual está viviendo una revolución. La limitación de la movilidad y de los espacios de ocio han acelerado un proceso iniciado con la popularización de las plataformas digitales. Aunque ya existían iniciativas como Filmin o Rakuten, estas se limitaban a ser poco más que contenedores de material audiovisual. La llegada de Netflix en el año 2015, un año después HBO y Amazon Prime o de Disney y Apple en 2020 ha supuesto una transformación radical.

En pocos años, estas nuevas pantallas han conseguido varios millones de suscriptores, mientras que la televisión convencional ha perdido rápida e inexorablemente espectadores. Este escenario obliga a repensar el concepto de televisión, y de aquellos formatos propios del medio, así como la relación que se establece entre el espectador con la cadena y con otras industrias audiovisuales como la cinematográfica.

Las plataformas de video *streaming*, permiten al usuario crear su propio flujo televisivo (Heredia, Quirós-Ramírez y Quinceno Castañeda, 2021). Por ello, la fidelización de la audiencia y, por tanto, de la financiación define la naturaleza de los formatos emitidos y permite invertir con una cierta seguridad en productos acordes a sus gustos (Berejano, 2020).

El estreno casi simultáneo en salas y en *streaming* de películas como *Roma* (Cuarón, 2018) o *El irlandés* (Scorsesse, 2019) ha planteado un nuevo modelo de negocio provocando un debate vital para este colectivo (Moreno, 2020, pp. 198-199). Por otro lado, la conversión de estas plataformas en productoras ha generado películas condicionadas por las pantallas donde van a ser exhibidas. Creadas, en muchos casos, conforme a las circunstancias de las nuevas televisiones. La internacionalización de los filmes permite una mayor proyección, pero también, genera una cierta uniformidad (Chalaby, 2016) que incide en sus planteamientos narrativos, visuales, sonoros e incluso creativos (León, 2021).

*viewership figures made this product unprofitable, and, consequently, it was not properly scheduled on the small screen. Secondly, we attempt to show that the entity's financial difficulties had a profound effect on the Spanish film industry's crisis. A lack of capital affected cooperation in finance and production between the two media, further weakening the fragile domestic film industry. This lack of support for cinema not only had a negative effect on production, but also had consequences for its promotion and society's recognition and acceptance of it.*

**Keywords:**

*Spanish television; films; film industry; Spanish television crisis; film scheduling; Spanish film crisis.*

En este entramado, en el que las industrias audiovisuales se enfrentan a un cambio de paradigma es especialmente interesante observar las formas y maneras en las que se abordó una problemática análoga hace treinta años. El estudio de la implantación de determinadas políticas de programación permitirá comprender las consecuencias que estas pueden llegar a tener en el conocimiento y reconocimiento de los espectadores con un determinado producto y sus implicaciones en otros sectores culturales.

## 2. Objetivos y metodología

El objeto de estudio de este artículo es la política cinematográfica desarrollada por TVE entre 1990 y 1996. El texto pretende corroborar dos hipótesis. En primer lugar, se intentará demostrar que la pérdida del monopolio televisivo y la necesidad de fidelizar a la audiencia definió la forma de programar cine español en ambas cadenas. En segundo lugar, se procurará descubrir cómo los problemas económicos del Ente influyeron en la crisis de la industria cinematográfica española

El objetivo general de la investigación es, por tanto, estudiar los cambios generados en la política de programación cinematográfica del Ente Público en los primeros años 90. Las especiales circunstancias que provocaron estas modificaciones y sus consecuencias para el entramado industrial del sector estructuran una serie de objetivos específicos:

- O1: Descubrir y entender las pautas de programación de cine, especialmente del cine español, durante el período de estudio.
- O2: Establecer las relaciones entre los cambios en la programación cinematográfica y la crisis económica y empresarial de la televisión pública.
- O3: Analizar las posibles relaciones entre los problemas del sector cinematográfico español y la falta de apoyo de TVE.
- O4: Plantear algunas consecuencias, tanto para la industria como el público, de la falta de emisión de películas nacionales en la televisión pública.

El artículo se sitúa cronológicamente entre 1990, inicio de las emisiones de las televisiones comerciales, y 1996, año en el que la victoria electoral del Partido Popular (PP) provocó la salida del gobierno del partido socialista (PSOE) tras catorce años de mandato. Esa cuestión supuso la sustitución de su, hasta entonces, equipo directivo. Además de los cambios que este hecho generó en la gestión del Ente, 1996 es también el primer año en el que la suma de las audiencias de las privadas superó al de las estatales iniciándose el lento, pero progresivo, deterioro de la televisión pública (Vaca Berdayes, 1997, p. 411). También es el año partir del cuál se observa una cierta recuperación en el sector cinematográfico debido al aumento de la producción y al éxito de títulos como *Two Much* (Trueba, 1996), *El día de la bestia* (De la Iglesia, 1996) o *Libertarias* (Aranda, 1996).

Estudiar un medio –el cine– que se emite en otro medio –la televisión– obliga a un doble análisis. Como producto emitible y, por tanto, sometido a las tendencias de la parrilla televisiva y como formato ajeno al medio y regulado tanto por unas leyes estatales como por las de su propia industria. Para conocer cómo se programó este formato se ha desarrollado una base de datos en la que se han recogido las películas emitidas en ambas cadenas durante cuatro semanas al año. Se han analizado 28 días por temporada durante 6 años, lo que da un total de 168 jornadas. Con el fin de entender la política de programación cinematográfica de los canales de forma global, en el conjunto de una temporada, se han elegido dos meses –marzo y septiembre– donde no hay sucesos que puedan distorsionar la emisión de estos espacios y otros dos con características específicas como el verano (julio) y la Navidad (diciembre). La base de datos resultante está compuesta por 2064 entradas.

El análisis cuantitativo se ha complementado con un estudio cualitativo. Además de la franja horaria, se han recogido datos como la nacionalidad, el año de producción, su inclusión o no en un contenedor concreto o el género del filme. Estas cuestiones –la programación de títulos acordes con los gustos del público o su fidelización a través de una marca y un horario reconocible– permiten conocer la relevancia otorgada por un canal al cine que emite y las tendencias del medio en la materia de estudio.

Para el estudio de las relaciones entre la televisión y el cine se ha acudido tanto a la literatura académica sobre el tema como a las publicaciones generadas por ambos medios durante este período. Por un lado, los anuarios editados por Televisión Española. Estos dan buena cuenta de las circunstancias de la cadena y de sus esfuerzos por adaptarse a la nueva situación. Por otro, la revista *Academia*, publicación periódica de la Academia de cine español. En ella se pueden observar tanto las consecuencias de las políticas de la televisión en materia cinematográfica como el malestar que estas generan en la industria.

### 3. Las relaciones entre televisión y cine en España

En 1956, año en el que comenzaron las primeras retransmisiones televisivas, el cine era uno de medios más populares con un *star system* nacional reconocido y apreciado socialmente (García Fernández, 2009, p. 30). A pesar de ello, su llegada provocó un cierto temor en la industria fílmica debido, principalmente, al tipo de exhibición cinematográfica. Esta se asentaba en la lucrativa fórmula de dilatar varios años la vida de las películas a través de su proyección en cines de distintas categorías. En esta situación, la televisión se vio como una competidora capaz de asumir los filmes más antiguos destinados a las salas de barrio y/o de pueblo.

Las características políticas y económicas del país generaron que ambos medios estuvieran dominados y financiados por el Estado. Uno, el cinematográfico, a través de un complejo sistema de subvenciones que pretendió controlar el contenido del filme y dificultó el desarrollo de la iniciativa privada. El otro, la televisión, gracias principalmente a la publicidad, absolutamente decisiva para su despegue y consolidación (Montero y Antona, 2019, p. 27).

La década de los 70 trajo importantes novedades al país. Cambios sociales, políticos y económicos que provocaron nuevas formas de diversión. El cine comenzó a perder espectadores reduciéndose, también, el número de salas. Mientras que, en el año 1968, se contabilizaron 773 millones de espectadores, en el 1987 la cifra había descendido a 86 millones (Gámir, 2001, pp. 223-253).

Por su parte, la televisión se convirtió en el medio de comunicación de masas más popular (Prado, 2001, pp. 161-170). Esto no solo repercutió en la economía del sector, también lo hizo en su relevancia social. La consolidación de la televisión como el lugar donde se forman los nuevos espectadores (Cerdán y Pena, 2007, p. 20), la progresiva desaparición de las revistas de cine (Llinas, 1987, p. 153), la ausencia de una publicidad efectiva y atractiva que persuadiese al público (Academia, 1994a, p. 25) o el desarrollo del video doméstico (Calvo, 2011, p. 16) fueron algunas de causas de la pérdida de influencia de la gran pantalla.

A principios de los 90, la industria cinematográfica atravesaba graves dificultades. Los malos resultados de taquilla de las producciones de estos años no alentaron la inversión de las empresas cinematográficas que no podían, ni querían, asumir el riesgo económico que constituía producir una película española. Pese a la búsqueda de nuevas fórmulas creativas que pretendían desarrollar un cine con identidad nacional, la recaudación de taquilla evidenciaba una falta de sincronía con el público. Tal y cómo señaló el director general de cinematografía Juan Miguel Lamet, era un cine correctísimo pero que dejaba indiferente al espectador (Academia, 1992, p. 12).

La idea de un cine nacional en crisis comenzó a tomar fuerza y se instaló en el imaginario nacional. Los Goya del año 1992, los *Oscars* españoles, evidenciaron tanto las dificultades como el malestar del sector. Las continuas alusiones a la necesidad de una mayor inversión económica o la petición a los espectadores de que acudiesen a ver películas nacionales provocaron que algunos calificaran el espectáculo de «llorón» (Academia, 1992, p. 21). Esta imagen confirmó la debilidad del cine español. Como industria y como bien cultural.

Por su parte, Televisión Española terminaba la temporada 1988-1989 consolidándose como el medio de comunicación con mayor audiencia de la Historia de España (TVE, 1989, p. 41). Un año después no solo había disminuido en un tercio sus espectadores. También estaba sumida en uno de los períodos más complejo y convulsos de su existencia.

El 3 de mayo de 1988 se aprobó la ley de la televisión privada por la que se concedían tres licencias, dos para televisiones generalistas de emisión en abierto –Telecinco y Antena 3– y una para una de pago (Canal Plus). Esta normativa acabó con el monopolio de la televisión pública modificando completamente el panorama audiovisual del país.

La crisis de Televisión española se debió a causas diversas. A una pésima gestión de los recursos se unió, por un lado, la recesión económica que afectó al sector audiovisual durante los primeros años de la década de los noventa. Por otro lado, la llegada de los canales comerciales, Telecinco y Antena 3, quebrantó un sistema que dependía en exceso de los anunciantes. La televisión pública tenía una financiación mixta. Parte de sus gastos procedían del Estado y, el resto, de la publicidad y la venta de productos. A partir de 1984 se produjo una progresiva retirada de las subvenciones públicas a la televisión (Palacios y Ciller, 2018, p. 579). 1988 fue el primer año en el que RTVE no recibió dinero procedente de los Presupuestos Generales del Estado, teniendo que utilizar, exclusivamente, sus otros recursos para autofinanciarse (TVE, 1989, p. 22).

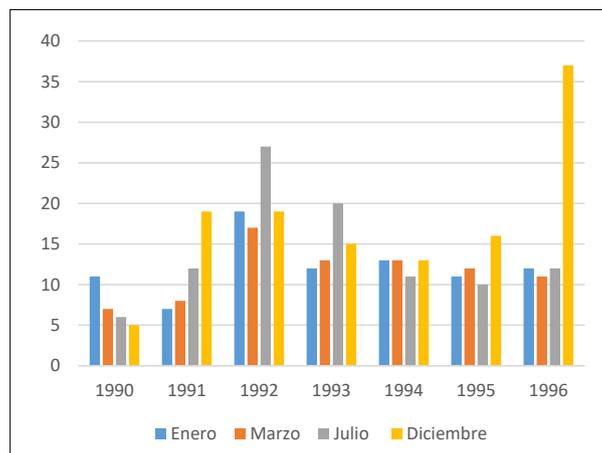
En 1990 los beneficios estimados por publicidad fueron de 153.313 millones de pesetas. 178 veces más que lo recaudado por la venta de programas, su segunda fuente de ingresos. (EFE, 1990). Seis años después había perdido el 42% de sus ingresos publicitarios (Tijeras, 2012). La reducción del número de anunciantes suponía, tal y cómo puede verse, un terrible varapalo para la económica de este medio. Especialmente siendo tan rápida y elevada.

Sin dinero del gobierno y a merced de un mercado que ya no controlaba, el Ente público tuvo que adoptar una serie de medidas como la creación de un departamento de marketing que modificó la imagen de los canales del grupo, la drástica reducción de su plantilla o, sobre todo, la contención radical del gasto.

#### 4. El cine emitido por TVE

La televisión estatal utilizó el cine de forma diferente en sus dos canales. La Uno apostaba por filmes modernos y norteamericanos. Su número aumentaba los fines de semana y en los períodos vacacionales donde, además, solían elegirse títulos acordes con las fechas. De aventuras y juveniles en verano y de temática navideña en diciembre.

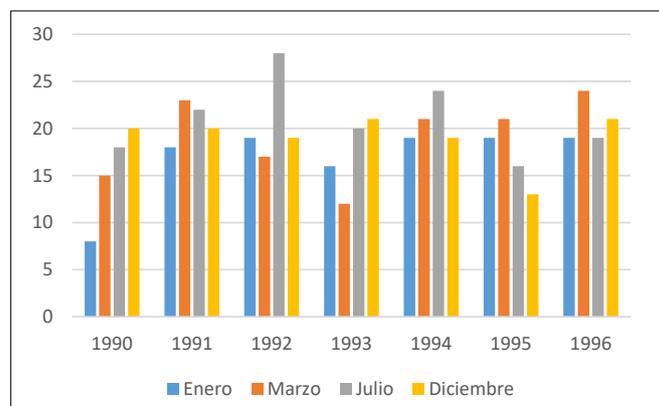
**Gráfico 1. Cine emitido por TVE1**



Fuente: elaboración propia

La idiosincrasia de la Dos propicio la emisión de títulos más antiguos y de distintas nacionalidades. Buena parte de su programación eran filmes llegando, incluso, a duplicar su número respecto a la Primera. Además de por su abundancia, se diferenciaba por el género y las franjas en los que se emitían. Frente al resto de las generalistas, la mayor parte de las ficciones se solían programar entre semana. Este canal emitía también cine clásico en contenedores como *Cine club* o *La estrella es...* películas en blanco y negro de indudable calidad la mayoría, aunque no exclusivamente, norteamericanas.

**Gráfico 2. Cine emitido por TVE2**



Fuente: elaboración propia

Las franjas de emisión respondían a un carácter comercial. Por un lado, películas rentables –principalmente por su actualidad y su popularidad– que se emitían en los mejores horarios y cuyo número fue disminuyendo a medida que se desarrollaban formatos más acordes con el medio como las teleseries. Durante los años de estudio, la pública emitió, al menos, tres películas en horario de *prime time*. Generalmente lunes, martes y/o jueves entre semana y, durante el fin de semana, el sábado en la Segunda y el domingo en la Primera. El cine tenía un elevado grado de aceptación por parte del público lo que lo convertía en un buen reclamo para conseguir espectadores (TVE, 1989, p. 44).

Por otro, telefilmes que en la Primera y durante los años centrales de la década coparon las sobremesas en sustitución a las telenovelas. Por último, películas de menos valor comercial proyectadas de madrugada o en horario matinal. Sobre todo, en la Dos que contaba con dos contenedores –*Cine para todos* y *La película de la mañana*– en los que se emitía una película diaria. En ambos casos, se trataban de filmes más o menos familiares, de aventuras, norteamericanos y españoles, de más de treinta años de antigüedad y de serie B. En 1992, en plena celebración del quinto centenario del descubrimiento de América, se emitió bastante cine latinoamericano con títulos como *Historia de una noche* (Saslavsky 1941) o *¡Viva el amor!* (De la Serna, 1958). Los escasos filmes matinales de la Uno se emitieron principalmente en las temporadas 1991/1992 y 1994/1995.

Estos horarios denotaban poco cuidado e interés por el producto. No en vano, en 1993, el tiempo estimado de visionado en este horario era de 18 minutos en la madrugada y 22 por la mañana. La mitad que el resto de las franjas y menos de un tercio que en *prime time* (Palacio, 2008, p. 168). Como señalaba el director Antonio Mercero lo importante no era tanto cuanto cine se emitía sino cuándo y qué se programaba (SGAE, 2000, p. 335). Hacerlo en un momento en el que va a tener poco público o con *target* muy concreto, así como elegir filmes viejos y de poca relevancia, muestra, sobre todo, un deseo de abaratar costes librándose del *stock* de menos calidad a la vez que se ocupa una franja poco popular.

Las cadenas públicas mantuvieron siempre un número de películas constante. Salvo en períodos puntuales como la temporada 1991/ 1992, el más duro de la crisis del Ente, cuando casi se duplicó la cantidad de filmes. La mayor parte formaban parte del *stock* existente en la *library* de la cadena, películas antiguas, algunas de baja calidad y poco apropiadas para los gustos del espectador del *prime time*. Incluso se creó un contenedor especial, cine 92, que emitía diariamente una película por la noche.

A finales de 1996 se observó otro aumento del número de películas. Las elecciones de marzo dieron el poder al Partido Popular. Cuando la nueva directora general, Mónica Ridruejo, tomó posesión de su cargo, ya no había presupuesto para compras ni ese año ni el siguiente (Munsó, 2001, p. 327). La política de contención que pretendió imponer y, sobre todo, su escaso margen de maniobra provocó una optimización de los recursos existentes a través de la emisión de los fondos de la biblioteca. Especialmente en Navidad, un período muy familiar y cinematográfico.

A principios de la década se observa un aumento de la repetición de los filmes. En 1991 TVE triplicó el número de reposiciones respecto a otros años, una tendencia “llamada a convertirse en un recurso fundamental para rentabilizar al máximo la inversión en producción externa” (TVE, 1991, p. 183). Este planteamiento que no solo buscaba sacar el máximo provecho a los filmes sino, también, evitaba la programación de otros, fue muy efectivo con películas populares como *Pretty Woman* (Marshall, 1990). Emitida en tres ocasiones por TVE durante el período de estudio –dos veces en 1994 y una en 1996– consiguió, en todos los casos, altos índices de audiencia (Palmero, 2015).

El cine norteamericano comercial atraía a los espectadores y, por ende, a los anunciantes, por lo que TVE apostó claramente por él. En octubre de 1992, firmó un contrato con la Warner en el que se comprometía a adquirir derechos de emisión de esta productora por valor de 100 millones de dólares para las temporadas 93, 94 y 95 (Tijeras, 2012). Este desembolso definió la nacionalidad de los títulos emitidos durante los siguientes años. Las televisiones compraban las películas por lotes a las *majors*. Las licencias se ofrecían por un tiempo concreto y aglutinaban películas famosas junto a un buen número de filmes menores y/o telefilmes. Esto implicaba que, por la compra de algunos títulos relevantes, la cadena asumía el compromiso de emitir el resto de las cintas que se había visto forzada a adquirir.

Las películas más famosas se programaron en diversos contenedores. Uno de los más populares fue *Jueves cine* que recogía filmes de aventuras y acción como *Jumanji* (Johnston, 1995) o *El último Boy Scout* (Scott, 1991) o *La película de la semana*. Este espacio, que mezclaba cine de Hollywood con telefilmes y cintas españolas, tuvo algunas dificultades para consolidarse como programa líder en su franja hasta que comenzó a emitir, casi exclusivamente, películas estadounidenses producidas en los noventa.

Hasta la temporada 1991-1992, los títulos nacionales solían aparecer en las listas de las veinticinco emisiones más vistas. Las estadísticas de las temporadas posteriores reflejan un cambio en las preferencias de los televidentes por las historias realizadas en la Meca del cine. Diecinueve de las veinte películas más vistas en la temporada 1995/1996 fueron americanas (GECA, 1997, p. 80). En este entramado, los filmes españoles apenas estuvieron presentes en la parrilla televisiva, manteniéndose durante los años de estudio, sin apenas variaciones, en una cuota del 12%.

Estas producciones solían emitirse en horario matinal o de madrugada, principalmente en la Dos, cadena en la que, durante los dos primeros años de la década también se programaron algunos filmes en la sobremesa de los días laborales. Fuera de esas franjas, apenas hay largometrajes españoles.

Por lo general, las películas nacionales emitidas respondían a dos momentos muy concretos. Uno, el Desarrollismo, cuyas historias eran muy populares. No en vano, entre 1991 y 1993, las únicas películas españolas que se programaron en buenos horarios fueron comedias como *Cateto a Babor* (Fernández, 1970) u *Objetivo bikini* (Ozores, 1968).

Otro, los años noventa con títulos en cuya producción había participado la televisión pública. Aunque muy escasos, desde 1994 pudieron verse algunos de estos largometrajes -por ejemplo, *Tierno verano de lujurias y azoteas* (Chávarri, 1993) o *Todo por la pasta* (Urbizu, 1991)- en *prime time* laboral. La aceptación por parte del público fue dispar. Mientras que el cine del franquismo cosechaba altos índices de audiencia, el contemporáneo tenía un seguimiento muy variable.

A partir del año 95 se observa un aumento en la Dos del número de películas patrias gracias a la creación de varios contenedores principalmente *Nuestro cine* y *Cine de Barrio* que poco después y dado su éxito pasó a emitirse en la Primera. La conformación de estos espacios implicaba un cierto cuidado del producto al aglutinar, en una marca común, películas con características semejantes. Esto permitía su identificación, y por tanto una posible adhesión, por parte de los espectadores.

## 5. Causas de la ausencia de cine español en las pantallas

Las dificultades económicas de la cadena pública y la necesidad de fidelizar un público que moviese a los anunciantes generaron una política cinematográfica centrada en la rentabilidad de los productos emitidos.

1992 fue una de las temporadas en las que TVE emitió más largometrajes españoles. También fue el año en el que se evidenció de forma absoluta la crisis del cine nacional. Durante este período, la cadena pública acudió a títulos de su archivo, que no repercutían en la renovación o en la inversión del cine (TVE, 1992, p. 233). En el caso del producto español, se emitieron filmes antiguos por dos motivos.

El primero de carácter económico. Éste, como el extranjero, se adquiría también en lotes. Esto definía tanto la biblioteca de la cadena, que custodiaba los remanentes de las comprar, como los títulos de las obras que, en algún momento debían ser programadas. Las cifras eran elevadas. Sirva de ejemplo las casi ochocientas películas que adquirió TVE entre 1995 y 1997 por tres mil millones de pesetas. Entre ellas destacaban populares películas como *La tonta del bote* (Orduña, 1970) o *No deseas al vecino del quinto* (Fernández, 1970) y otras muchas de escasa relevancia que, por contrato, también debían emitirse (TVE compra 700..., 1997).

De igual manera, los filmes españoles modernos debían, por ley, emitirse dos años después de su estreno en pantalla grande lo que implicaba un desembolso económico a corto plazo que no podía rentabilizarse de forma inmediata sino, como mínimo, varias temporadas después (Academia, 1995, pp. 96-97).

El segundo, sus índices de audiencia. Las películas nacionales más vistas en televisión –y por tanto más exitosas a nivel de público– fueron las comedias de los años sesenta y/o setenta. El cine de este período gozaba, incluso veinte años después, de gran popularidad. Su éxito, como también el de las series nacionales, da buena cuenta del interés del espectador medio por los formatos más vinculados a culturas locales y nacionales frente a los productos más universales y homogéneos (Waisbord, 2004, pp. 359-383). Los índices cosechados por estos títulos eran, también, fruto de la nostalgia por la idiosincrasia perdida. Tanto a nivel general como particular (Armbruster, 2016, p. 23). Añoranza por un país que, pese a vivir bajo un régimen dictatorial, se presentaba alegre, despreocupado y desideologizado con unos rasgos de identidad muy marcados. Y por un tiempo en el que el espectador medio de estas obras era joven y tenía toda la vida por delante.

Por otro lado, la necesidad de mantener los índices de audiencia hizo que se incumpliera sistemáticamente la cuota de antena lo que repercutió negativamente en la industria. Esta establecía que la emisión de un 40% de las películas comerciales emitidas debían ser producciones de países de la Comunidad Europea y, dentro de ese porcentaje, un 50%, al menos, españolas (Cuevas, 1994: 119). José Antonio Suárez, asesor jurídico de la Confederación de productores audiovisuales de España (FAPAE), señaló el cumplimiento del porcentaje de emisión de obra europea exigida por la ley como una de las medidas clave para reactivar la producción española (Academia, 1993, p. 13). La solución era, para él evidente; debía invertirse en el cine de los noventa y no en la compra de material extranjero o de cintas producidas en otros períodos. (Academia 1993, p. 10). No hay que olvidar que la emisión de películas antiguas, aunque estas fueran nacionales, no solo no creaba industria, sino que tampoco ayudaba a consolidar el *star system* de ese momento.

A pesar de ellos, la acuciante necesidad económica de Televisión Española provocó que se priorizase orientaciones del mercado televisivo frente al interés público.

La competencia con las cadenas privadas tuvo dos consecuencias fundamentales. Por un lado, el espectador paso a considerarse como un potencial cliente (Mateos-Pérez, 2014, p. 71). Por otro, se produjo una homogeneización de los formatos, degradando y obviando las exigencias de carácter cultural (Gubern, 2006, p. 370).

## 6. La participación de TVE en la financiación del cine nacional

La crisis económica de TVE incidió directamente en su apoyo económico al cine español. Según datos de la Academia de cine, en los años noventa un tercio de la financiación del cine español se hacía a través de la venta de derechos a las televisiones (Academia, 1997b, p. 15). Los acuerdos con estas podían suponer una diferencia de entre 70 y 80 millones de pesetas en películas cuyo presupuesto superaba por poco los cien millones (Academia, 1997a, p. 26).

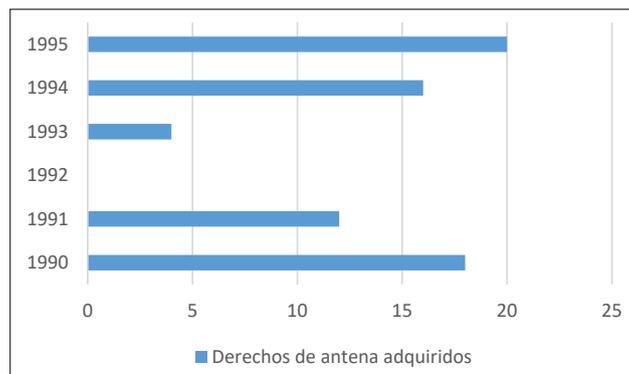
El ente público comenzó a participar de forma activa en la financiación del cine en los años 80 gracias a la firma de acuerdos con la Confederación de productores audiovisuales españoles que establecían una cuota de pantalla del 20% y reglamentaban los derechos de emisión, producciones asociadas y derechos de antena (Gómez-Escalonilla, 1998, p. 60). Estos fueron corroborados por las directrices planteadas por Pilar Miró –quien durante los años 80 detentase los más altos cargos en la Dirección general de cine y en Televisión española– que permitían la producción directa de película y series a cambio de la emisión televisiva en exclusiva (Mateos-Pérez y Cabeza, 2015, pp. 76-92).

Pese al cambio de parecer de los productores y de la inicial buena voluntad de la cadena la mayor parte de los acuerdos no fueron cumplidos. En 1990 se amplió el acuerdo firmado un año antes con el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) con el compromiso de invertir 2000 millones de pesetas en cine y 10.000 en otro tipo de productos audiovisuales. Un año después, TVE declaró su incapacidad para cumplir el acuerdo siendo asumido el gasto por el Ministerio de cultura.

En 1992 se modifica la tendencia de TVE a participar en la financiación del cine español a través de la producción financiada y asociada (Academia, 1994b, p. IX) siendo el primer año en el que no produjo ningún largometraje.

Aunque tampoco adquirió ningún derecho de antena (Academia, 1994a, p. 9), a partir de ese momento, el canal público apostaría por este tipo de formato. Solían negociarse con anterioridad al rodaje y tenían una duración de tres años (Bello, 2012). Los precios eran bajos y se fijaban conforme a los planteamientos de la cadena. Es decir, se atendía al público estimado, la franja horaria de emisión o el territorio de emisión en lugar de a los costes de producción de la película.

**Gráfico 3. Derechos de antena adquiridos por TVE durante los años estudiados**



Fuente: elaboración propia conforme datos recogidos de la revista *Academia*

Gracias al acuerdo firmado por TVE con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) en 1994, que establecía una línea de crédito de 2000 millones anuales para adquirir derechos de antena durante los tres siguientes años, el ente pudo mantener su línea de inversión. Aunque fuera en términos diferentes, la vuelta de TVE a participar en la financiación del cine nacional repercutió de forma positiva en la industria. No en vano, tal y cómo señalaba Agustín Almodóvar, hermano de Pedro Almodóvar y productor de *El Deseo* S.A., la explotación televisiva era donde realmente daba beneficios el cine (Academia, 1996a, p. 98). No obstante, y a pesar del cambio de tendencia, la cuota de mercado de las películas nacionales continuó estando por debajo del 11% (EGEDA, 2001, p. 11).

## 7. Consecuencias de política cinematográfica de TVE en la industria española del cine

Durante la década de los ochenta, se observó un cambio cultural significativo en España producto de las enormes modificaciones llevadas a cabo tras la muerte de Franco. La consolidación del sistema democrático, la entrada en la, todavía llamada, CEE o el posicionamiento internacional a través de los diversos acontecimientos del año 92 hicieron que España se abriera al mundo. En este entramado, la población más joven vivía sumida en una doble vertiente. Inmersa en la globalización, pero, todavía, apegada a lo local (Henseller, 2011, p.16). Esta fórmula no fue asumida por el cine con temáticas y planteamientos muy alejados del espectador. Más pendiente de imitar, sin lograrlo, las historias de fuera que, de plasmar los problemas nacionales, cosechaba bajos índices de audiencia tanto en la pantalla grande como en la pequeña.

La falta de apoyo por parte de la televisión pública no hizo más que agravar la situación. No en vano, la pequeña pantalla era uno de los medios que más influía en una audiencia masiva que, gracias a ella, asumía modas y gustos y aprendía qué libros leer, que discos escuchar o qué películas ver (Postman, 1991, p. 83). Esto afectó negativamente en la alfabetización mediática de una sociedad que no tenía políticas educativas que favorecieran el estudio de su cultura audiovisual (Medina, Briones y Hernández, 1997, p. 50). Y contribuyó a la falta de conocimiento del producto nacional.

En este competitivo sistema, los gustos del público y las tendencias del medio marcaron la naturaleza y formato de las producciones de estos años. Los productos ya no solo se creaban para oscuras salas sino, también, para iluminados salones. Esto hizo que elementos visuales y sonoros como el tamaño de los planos, la profundidad de cambio, el sonido o la fotografía (Academia, 1997b, p. 39) se vieran afectados y adaptados a las nuevas formas de consumo. Esto se hizo evidente en las tareas más técnicas, donde los profesionales debían también plantear su trabajo teniendo en cuenta su resultado en una pantalla sustancialmente más pequeña. Buen ejemplo de ello son las modificaciones introducidas en el ámbito de la iluminación. Tal y cómo señalaba el director de fotografía Toe Trenas en los años noventa nadie se atrevía a iluminar exprimiendo la latitud y la subexposición del material cinematográfico, tal y cómo se hacía una década antes, ya que era imposible de transferir el ambiente y la calidad de la imagen al medio televisivo (Academia, 1998, p. 27)

El desarrollo de elementos televisivos frente a lo netamente cinematográfica modificó también las estructuras narrativas de las historias. El lenguaje, el ritmo o la puesta en escena se vieron modificadas a la hora de escribir los guiones (Rimbau y Torreiro, 1999, p. 38) adecuándose, en muchos casos al tipo de película por la que apostaba el Ente. Un producto de calidad, principalmente comedia, con un presupuesto adecuado que permitiera una buena elaboración y un cierto prestigio (Academia, 1996a, p. 100).

La sumisión a la televisión en lo financiero, estético e incluso sociológico derivó en la uniformidad de formatos (Cerdán y Pena, 2007, pp. 18-19). En un producto “blanco” que abordaba temas generales y poco controvertidos en tono conservador. No en vano,

tal y como señalaba Manuel Gutiérrez Aragón, “desde el momento en que soy consciente de que las películas se van a poner en televisión (...) ruedo de una forma más concreta, acercando más la cámara casi sin darme cuenta... En un principio no ocurre anda, pero en el fondo ese es uno de los elementos que hacen que las películas se parezcan, desgraciadamente, cada vez más entre sí” (Monterde y Casas, 1986, p. 140).

## 8. Conclusiones

En los primeros años de la década de los noventa, TVE atravesaba graves problemas estructurales y económicos. Tras décadas de control de público y anunciantes, el fin del monopolio le obligó a competir duramente por mantener la audiencia sin incrementar en exceso el gasto. En este contexto, el cine adquirió una función importante. Por un lado, continuaba siendo un reclamo para el público y, por otro, la emisión de películas procedentes de la *library* permitió “rellenar” horas de emisión amortizando material sin la exigencia de adquirir nuevo.

El análisis de la programación de cine de TVE durante los años de estudio permite corroborar las hipótesis de partida. Se puede afirmar que la falta de capital y, sobre todo, la necesidad de competir por mantener el favor del público definió la política cinematográfica de los canales públicos. La emisión prioritaria de películas extranjeras –principalmente norteamericanas–, la retransmisión de filmes españoles en franjas poco competitivas o el incumplimiento sistemático de la cuota de antena fueron algunas de las líneas de actuación que incidieron negativamente en la forma de programar el cine patrio.

Dado que TVE era, todavía, la cadena líder esta tendencia se convirtió en la constante de la década y definió, por imitación, los planteamientos de emisión y de inversión de las cadenas privadas.

Esta cuestión confirma que los problemas económicos de televisión española fueron uno de los factores que potenciaron la crisis del sector cinematográfico nacional. Un sector que alejado del público, con una financiación dependiente de unos presupuestos que cada año iban mermando y una casi completa falta de autocritica, no acababa de entender y conectar con la nueva sociedad de la década de los 90. Al menos así lo muestran los discretos resultados de los filmes españoles contemporáneos en la gran pantalla. Por ello, más allá de cuestiones como la su existencia en el archivo de la cadena o de su precio, el criterio más importante para la emisión de un filme nacional eran las cifras recaudadas en taquilla.

El cambio de paradigma a la hora de apoyar financieramente las producciones españolas incidió en dos cuestiones. Por un lado, durante el período de estudio, disminuyeron sustancialmente el número de títulos rodados. Por otro, las historias perdieron cierta libertad creativa para adaptarse temática, visual y narrativamente a los gustos de los canales. De igual manera, la falta de promoción y la escasez de producto nacional contemporáneo no fomentaron la creación de un *star system* que potenciara el reconocimiento y seguimiento por parte del espectador de determinados actores y/o actrices. Esto es especialmente importante dada la relevancia social de este medio en España (Smith, 2006). En un momento en el que la televisión, como antes lo fuera el cine, se convirtió en escuela de lo audiovisual, la ausencia de referentes modernos supuso una falta de adhesión y de costumbre en el consumo del cine español producido en los años 90.

El paso de la Paleotelevisión a la Neotelevisión repercutió negativamente en la industria cinematográfica española. En 1996, un anuncio de TVE en la revista de cine *Academia*, señalaba que la televisión pública apostaba en su programación por las películas que prefería el espectador (*Academia*, 1996b). La posibilidad de poder elegir otorgó al público el poder de decidir el éxito o el

fracaso de un formato. Lo convirtió en un sujeto activo capaz de influir en las futuras inversiones de la cadena, en sus apuestas por determinados relatos con temáticas y soluciones visuales muy concretas.

En nuevo paradigma televisivo evidenció no solo la completa interrelación de los medios audiovisuales en España. También puso de manifiesto las carencias industriales de un sector, el cinematográfico, todavía muy dependiente de financiación externa.

## 9. Agradecimientos

Artículo traducido al inglés por Brian O'Halloran.

Este artículo es parte de la investigación iniciada por las autoras en el marco del proyecto “Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregularización al apagón analógico (1990-2010)” (HIS-PROTEL) reconocido y financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

## 10. Contribución específica de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Fátima Gil y Mar Chicharro
Metodología	Fátima Gil y Mar Chicharro
Recogida y análisis de datos	Fátima Gil y Mar Chicharro
Discusión y conclusiones	Fátima Gil y Mar Chicharro
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Fátima Gil y Mar Chicharro

## 11. Referencias bibliográficas

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1992). *Academia. Revista del cine español*. 2, mayo. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1993). *Academia. Revista del cine español*. 4, octubre. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1994a). *Academia. Revista del cine español*. 6, abril. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1994b). *Academia. Revista del cine español*. 8, octubre. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1995). *Academia. Revista del cine español*. 10, abril. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1996a). *Academia. Revista del cine español*. 13, enero. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1996b). *Academia. Revista del cine español*. 15, julio. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1997a). *Academia. Revista del cine español*. 18, marzo. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1997b). *Academia. Revista del cine español*. 20, octubre. Madrid. AACCE.

Academia de las artes y de las ciencias cinematográficas de España. (1998). *Academia. Revista del cine español*. 23, julio. Madrid. AACCE.

Armbruster, S. (2016). *Watching nostalgia. And analysis of nostalgic television fiction and its reception*. Bielefeld. Transcript verlag.

Bello, J. A. (2012). *Hacer cine en España*. Cuadernos de comunicación multimedia. 23, 140-159. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/41130/39342>

Berejano, P. (2020). *Cinco años de Netflix: el impacto en la producción audiovisual española*. El País. 18 octubre. [https://elpais.com/retina/2020/10/16/innovacion/1602843710\\_314589.html](https://elpais.com/retina/2020/10/16/innovacion/1602843710_314589.html)

Calvo Herrera, C. (2011). *Explotación de películas*. Jaen. Zumaque.

Cerdán, J. y Pena, J. (2007). *Variaciones sobre la incertidumbre (1984-1999)*. Madrid. Liceus.

Chalaby, J. (2016). *Television and Globalization: The TV Content Global Value Chain*. Journal of Communication. 66 (1), 35- 59. [doi.org/10.1111/jcom.12203](https://doi.org/10.1111/jcom.12203)

Cuevas, A. (1994). *Las relaciones entre el cinema y la televisión en España y otros países*. Madrid. Consejería de Educación y Cultural.

Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona. Lumen

EFE (1990). *El presupuesto de RTVE para el próximo año ascenderá a 208.000 millones de pesetas*. El país. 1 agosto, [https://elpais.com/diario/1990/08/01/radiotv/649461602\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1990/08/01/radiotv/649461602_850215.html)

EGEDA (2001). *Panorama Audiovisual*. Madrid. EGEDA.

GECA (1997). *Un año de Televisión 1995/1996*. Madrid. Gabinete de estudios de la comunicación audiovisual

Gámir, A. (2001). *Del cine multipantalla al megaplex. Transformaciones recientes en la industria de la exhibición cinematográfica en España*. Anales de Geografía de la Universidad Complutense. 21, 223-253. <https://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/view/AGUC0101110223A>

García Fernández, E. (2009). *La figura del productor en la industria cinematográfica española*. En: Javier Marzal y Francisco Javier Gómez Tarin (ed.), *El productor y la producción en la industria cinematográfica (21-46)*. Madrid. UCM.

- Gómez-Escalonilla, G. (1998). *La programación televisiva en España*. Madrid. Universidad Complutense. <https://www.cervantesvirtual.com/obra/la-programacion-televisiva-en-espana-estudio-de-las-parrillas-de-programacion-televisiva-espanola-desde-1956-a-1996--0/>
- Gubern, R. (2006). *En la encrucijada*. V.V.A.A, Tendencias `06. Medios de comunicación. El año de la televisión (369-373). Madrid. Fundación Telefónica.
- Henseler, C. (2011). *Spanish fiction in the digital age. Generation X remired*. New York. Palgrave McMillan.
- Heredia-Ruiz, V., Quirós-Ramírez, A. C., y Quiceno-Castañeda, B. E. (2021). *Netflix: catálogo de contenido y flujo televisivo en tiempos de Big data*. Revista de Comunicación. 20 (1), 117-136. [doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a7](https://doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a7)
- León, I. (2020). *La revolución de Netflix en el cine y la televisión*. Lima. Universidad de Lima.
- Llinas, F. (1987). *4 años de cine español*. Madrid. Imagfic
- Mateos-Pérez, J. y Cabeza, J. (2015). *El cine durante la primera competencia televisiva española (1990-1994)*. Signo y pensamiento. 67, 76-92. [doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-67.cdfs](https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-67.cdfs)
- Mateos-Pérez, J. (2014). *La Aportación de la Televisión a la Construcción del imaginario español*. Comunicación y medios. nº 29, 64-75. [doi.org/10.5354/0719-1529.2014.30142](https://doi.org/10.5354/0719-1529.2014.30142)
- Medina, F., Briones, J. A. y Hernández, E. (2017). *Educación en medios y competencia mediática en la educación secundaria en España*. Icono 14. 15 (1), 42-65. [doi.org/10.7195/ri14v.15i1.1001](https://doi.org/10.7195/ri14v.15i1.1001)
- Monterde, J. E. y Casas, Q. (1986). *Entrevista con Manuel Gutiérrez Aragón*. Dirigido por 140.
- Montero, J. y Antona, T. (2018). *Programación y estrategias de programación en la televisión franquista*. En: Julio Montero (ed.), *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)* (21-34). Madrid. Cátedra.
- Moreno Suárez, F. (2020). *Entrevista con Gastón Pavlovich, productor de El irlandés*. Revista Iberoamericana de Comunicación. 39, 194-200
- Munsó, J. (2001). *La otra cara de la televisión. 45 años de historia y política audiovisual*. Madrid. Flor del viento.
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión en España*. Barcelona. Gedisa.
- Palacio, M. y Ciller, C. (2018). *La programación y la estrategia de programación televisiva durante la era socialista*. En: Julio Montero (ed.), *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)* (567-584). Madrid. Cátedra.
- Palmero, M. (2015). *Vuelve Pretty Woman, la película que se ha emitido 157 veces en España*. El Confidencial. 18 de abril. [https://www.elconfidencial.com/television/2015-04-18/pretty-woman-vuelve-a-telecinco-la-pelicula-que-se-ha-emitido-157-veces-en-espana\\_762087/](https://www.elconfidencial.com/television/2015-04-18/pretty-woman-vuelve-a-telecinco-la-pelicula-que-se-ha-emitido-157-veces-en-espana_762087/)
- Postman, N. (1991). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del "show business"*. Barcelona. Ediciones de la Tempestad.
- Prado, J. (2001). *Hacia un nuevo concepto de alfabetización. El lenguaje de los medios*. Comunicar. 16, 161-170. <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/957/b1521767x.pdf?sequence>

Rimbau, E. y Torreiro, C. (1999). *Historias, palabras e imágenes. Entrevistas con guionistas del cine español*. Madrid. Fondo de cultura económica.

Smith, P. J. (2006). *Television in Spain. From Franco to Almodóvar*. London. Tamesis.

SGAE (2000). *Informe anual 1999*. Madrid. Sociedad general de autores españoles.

Tijeras, R (2012). La quiebra socialista de RTVE. *Comunicación 21, revista científica de estudios sobre comunicación y medios*. 2, 1-12. <http://www.comunicacion21.com/la-quiebra-socialista-de-radio-television-espanola/>

TVE (1989). *Anuario 1988*. Madrid. RTVE.

TVE (1990). *Anuario 1989*. Madrid. RTVE.

TVE (1991). *Anuario 1990*. Madrid. RTVE.

TVE (1992). *Anuario 1991*. Madrid. RTVE.

TVE (1997). *TVE compra 700 película a Enrique Cerezo por más de 3000 millones*. *El país*. 11 de febrero. [https://elpais.com/diario/1997/02/11/sociedad/855615621\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1997/02/11/sociedad/855615621_850215.html)

Vaca Berdayes, R. (1997). *Quien manda en el mano. Comportamiento de los españoles frente a la televisión*. Madrid. Visor.

Waisbord, S. (2004). *McTv. Understanding the global popularity of televisión formats*. *Television and new media*. 5, 4, 359-383. doi. [org/10.1177/1527476404268922](https://doi.org/10.1177/1527476404268922)