



# El cine durante la primera competencia televisiva española (1990-1994). La piedra angular de la programación

doi:10.11144/Javeriana.syp34-67.cdfs

The Cinema During the First Spanish TV Competition (1990-1994). The TV Programming Cornerstone

*O cinema durante a primeira concorrência televisiva espanhola (1990-1994). A pedra angular da programação*

**Recibido:** 9 de febrero de 2015

**Aceptado:** 8 de septiembre de 2015

**Submission Date:** February 9<sup>th</sup>, 2015

**Acceptance Date:** September 8<sup>th</sup>, 2015

## Origen del artículo

Esta investigación ha sido financiada por el Programa U-INICIA, en el marco del Concurso de Reforzamiento de Inserción Productiva de Nuevos Académicos VID-2011 de la Universidad de Chile. Se ha desarrollado como parte del proyecto de investigación “Televisión y Cultura popular durante el franquismo: programación, programas y consumo televisivo (1956-1975)” y dentro del Grupo Complutense de Investigación consolidado Historia y Estructura de la Comunicación y el Entretenimiento, de la Universidad Complutense de Madrid (España).

JAVIER MATEOS-PÉREZ

Doctor en Periodismo. Profesor Asistente del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación en el Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Calle Ricardo Lyon 2830, departamento 111. Comuna de Ñuñoa. Santiago de Chile (Chile). **Correo electrónico:** javiermateos@u.uchile.cl

JOSÉ CABEZA SAN DEOGRACIAS

Doctor en Periodismo. Historia de la Comunicación Social.

Profesor Titular de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Calle/ Virgen de la Monja 6. 3º puerta 2. 28027 Madrid (España). Teléfono: +34 619513875. **Correo electrónico:** jose.cabeza@urjc.es

## Resumen

Esta investigación analiza la programación cinematográfica emitida durante el inicio y primer desarrollo de la competencia televisiva (1990-1994) de ámbito nacional. Para ello, se toma en consideración la programación de las televisiones públicas, en las cadenas privadas y en los operadores de pago. Se tienen en cuenta los largometrajes emitidos en términos de su género, nacionalidad, inserción dentro de la rejilla; los ciclos programados y los programas cinematográficos más representativos, con el fin de observar su evolución, contenidos, características y su relación con la competencia. Para abordar estas coordenadas, se ha elaborado una base de datos que recoge 7990 registros, con la que se clasifica y valora la oferta programativa. Los resultados permiten observar que el cine fue la piedra angular de la programación en los inicios de la competencia televisiva. Se evidencia que su programación buscó acaparar los índices de audiencia sin acercarse al público a una emisión de calidad.

**Palabras clave:** televisión; cine; programación cinematográfica televisiva; televisión privada; España

## Abstract

The present research analyses film programming on television broadcast during the initiation and early development of nationwide television competition (1990-1994). For this purpose, it takes into account programming on public television as well as private broadcasters and pay-TV operators. It thus focuses on the feature films broadcast in that period: genre, nationality, insertion into the TV grid; programmed cycles and the most representative film programmes in order to observe its evolution, contents, characteristics and its relation to the competition. To address such variables a database has been developed, which contains 7,990 records, to classify and assess the programming offer. The results allow us to observe that cinema was the cornerstone of programming at the outset of television competition. The evidence shows that television programming chased ratings without bringing the public closer to quality broadcasting.

**Keywords:** television; cinema; film programming television; private television; Spain

## Resumo

Esta pesquisa analisa a transmissão de programação cinematográfica durante o arranque e primeiros desenvolvimentos da concorrência televisiva (1990-1994) de âmbito nacional. Para isso, leva-se em consideração a programação da televisão pública, nas emissoras privadas e operadoras de pagamento. Foram analisadas longas-metragens emitidas no que diz respeito a gênero, nacionalidade, inserção dentro da grade; ciclos programados e programas cinematográficos mais representativos, objetivando observar sua evolução, conteúdos, características e relacionamento com os competidores. Para abordar essas coordenadas foi desenvolvida uma base de dados que coleta 7990 registros, com a que é classificada e valorada a oferta emitida.

Os resultados mostram que o cinema foi pedra angular da programação nos inícios da concorrência televisiva. Evidencia-se que a programação visou alcançar os índices de audiência sem trazer para o público uma emissão de qualidade.

**Palavras-chave:** televisão; cinema; programação cinematográfica televisiva; televisão privada; Espanha

# El cine durante la primera **competencia televisiva** española (1990-1994). La piedra angular de la programación

## Introducción, revisión de la literatura y aspectos metodológicos

A pesar de que el monopolio estatal televisivo se liquidó a mediados de los años ochenta con la aparición de las televisiones autonómicas, el definitivo cambio de ciclo televisivo en el ámbito nacional se produjo en los años noventa. La aparición de la Ley de Televisión Privada, aprobada el 3 de mayo de 1988, marcó la ampliación de mayor calado en la oferta televisiva española.

Bajo esta Ley<sup>1</sup>, el gobierno socialista del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) concedió solo tres nuevas licencias televisivas de cobertura nacional a sendos canales privados, creando controversia por el limitado número de licencias (Fernández y Santana, 2000). Dos televisiones emitirían en abierto: Antena 3 y Tele 5. La tercera, Canal Plus, lo haría en señal codificada, solo accesible por suscripción. El panorama televisivo español lo completaba la televisión pública —Televisión Española— con sus dos canales: TVE1 y La 2.

El audiovisual español pasó, por tanto, de tener un modelo público —en el que RTVE desarrollaba la actividad televisiva en exclusiva y de forma monopolística— a un modelo mixto donde, aunque los concesionarios privados se hacían cargo

del interés general —porque el Estado preveía métodos de control e intervención—, primó el interés comercial de la empresa audiovisual por encima del servicio al ciudadano.

Los primeros años de los noventa son especialmente significativos en el ámbito televisivo por la multiplicación de emisoras, los cambios sociales y tecnológicos y la nueva lógica programativa resultante, caracterizada por la maximización de la audiencia (Mateos-Pérez, 2008).

En esta lógica existían tres canales pretendidamente generalistas y dos complementarios. TVE1 partió en clara ventaja con respecto a sus competidoras, gracias a la situación de monopolio que ostentaba. Se caracterizó por pretender una televisión generalista, con mayor variedad de contenidos, equilibrando los programas de entretenimiento con otro tipo de emisiones informativas y formativas. Pero lo consiguió solo en parte, puesto que su parrilla mantuvo una estructura dedicada al entretenimiento. Antena 3 tuvo mucho en común con la programación generalista de TVE1; construyó su parrilla sobre los pilares informativos y dotó a sus emisiones de

una clara pátina de actualidad, a la que sumaron heterogéneos espacios de variedades y programas de realidad de producción propia. Finalmente, las emisiones de Tele 5 se caracterizaron por un sello potente y particular, con programas destinados al más puro espectáculo televisivo. Inicialmente, el esquema se mantuvo prácticamente sin informativos, prestando especial atención a los programas de variedades, concursos y las películas.

La 2 sostuvo un papel complementario con la primera cadena. La llegada de la competencia incrementó los espacios informativos y redujo la oferta de programas formativos. Su composición básica estuvo basada en el cine —servido en todas las franjas horarias—; programas musicales, infantiles y de formación —documentales en su mayoría—, y por la retransmisión de deportes en directo. Por su parte, Canal Plus solo fue accesible para audiencias dispuestas a pagar un abono por recibir su señal. Su programación se especializó en la emisión de cine —de estreno, por multidifusión y sin cortes publicitarios— y en la retransmisión de espectáculos deportivos en directo —principalmente fútbol— de calidad. El resto de su oferta

—boletines de noticias, series, dibujos animados y programas musicales— se emitió en abierto, considerando estas emisiones como una especie de escaparate que buscaba seducir a la audiencia con el objeto de que se abonase al canal.

En este escenario competitivo se produjo una intensa oferta de entretenimiento que se caracterizó por la búsqueda indiscriminada de nuevos públicos entre la audiencia. La incidencia del cine fue clave por varias razones. La primera, porque se trata del producto audiovisual más utilizado en las programaciones de los canales —y lo ha sido desde los orígenes de la televisión—. En segundo lugar, porque la oferta cinematográfica en televisión no siempre se limita, como se explicará, a la emisión de una película, sino que una presentación de la misma o un debate alrededor de ella darán más empaque a su recepción. Por último, porque el cine tiene un papel fundamental en la configuración del imaginario colectivo español. Puede afirmarse que, desde los años noventa, el cine ha incrementado su presencia en la rejilla de programación, configurando el nuevo esquema televisivo en el que se asienta actualmente la televisión comercial española.

Así lo evidencian estudios posteriores del nuevo siglo, que señalan como prácticas consolidadas lo que en esta investigación se apuntan como las primeras tendencias en el inicio de la competencia televisiva. Por ejemplo, situar el cine comercial con frecuencia en el *prime time* como forma de atraer al gran público, con diferentes formatos y modalidades, desde el gran estreno hasta la emisión de películas españolas antiguas, pasando por la programación del cine clásico para aficionados (Durán, 2011, p. 67). La televisión digital, los canales de pago y los de pago por visionado han supuesto cambios importantes en el planteamiento de la programación del cine en televisión, dejando entrever la convergencia de medios —el cine, la televisión y el internet— que se empieza a asentar en el panorama televisivo (Cebrián Herreros, 2003, p. 342).

Pero no siempre fue esta la dinámica; hasta los primeros años de la década del setenta, el cine había tenido un único canal de distribución eficaz: la sala cinematográfica. Dentro de las distintas programaciones televisivas comerciales, el cine se había mantenido prácticamente al margen de la oferta general. Incluso los grandes estudios de Hollywood de la década del cincuenta fueron reacios a la industria televisiva y se negaron a vender o alquilar sus películas, obligando a la televisión a producir sus propios filmes. El giro definitivo que tendrá como efecto la incorporación del cine en las parrillas de la televisión europea comienza a producirse en los ochenta, con la ruptura de los monopolios televisivos nacionales y la llegada de las nuevas tecnologías (Moreno, 2005, p. 1-4).

Sobre la televisión española de los años noventa, existe un destacado contingente bibliográfico. Pero, en general, este tipo de trabajos abordan la programación cinematográfica televisiva de manera tangencial, siendo en su mayoría monografías y síntesis sobre la historia general de la televisión en España (Palacio, 2005; Díaz, 1994; Bustamante, 2013; Rueda y Chicharro, 2006). Otros han abordado la programación (Contreras y Palacio, 2003; Gómez Escalonilla, 2003), pero no se han detenido en detalle en el aspecto cinematográfico.

Por lo general, abordan el género de la ficción y citan lo más representativo o lo que más éxito cosechó durante el mencionado periodo. Algo más de profundidad cinematográfica se encuentra en Cuevas Puente (1994), aunque no llega a analizar programas o programaciones; plantea un escenario global y se queda en el producto cinematográfico más que en la emisión televisiva del mismo. Sobre las relaciones entre el cine y la televisión existe más material publicado, como las investigaciones de Cebrián Herreros (2003), Méndez Fregozo (2005) y Moreno (2005). Si bien estos trabajos aunque no dan cuenta del periodo de estudio, contextualizan la evolución de la industria televisiva en relación con el contenido fílmico y su exhibición de calidad.

El objetivo de esta investigación es analizar la presencia del cine y de los programas dedicados a este género en la televisión pública —TVE 1 y La 2— y en las cadenas privadas —Antena 3 y Tele 5— y de pago —Canal Plus—, atendiendo al periodo de arranque de las televisiones privadas en España (1990-1994). Para ello, se describirá la oferta cinematográfica de los distintos canales, su programación, evolución, tipología y adaptación a la competencia. Sin embargo, solo se abordan a profundidad los programas de más éxito, puesto que se trata de valorar las pautas de programación. Por último, se valorará la calidad de la emisión televisiva del género cinematográfico realizada por los distintos operadores.

La investigación se plantea desde un enfoque descriptivo-interpretativo y una metodología cualitativa (Valles, 1999). Dicha opción se asume por la pertinencia que ofrece este tipo de estudios para conocer de manera integral fenómenos televisivos complejos (Casetti y DiChio, 1999) como los que se abordan en esta investigación, donde la programación televisiva, así como los significados y las motivaciones de los programadores y de la audiencia, se conciben de manera relacional (Contreras y Palacio, 2003, p. 66).

El objeto de investigación es la emisión cinematográfica y los programas referidos a este contenido televisivo en las televisiones españolas de cobertura nacional durante el principio de

la competencia en el cambio de ciclo televisivo (1990-1994), para cuyo estudio se ha seguido un análisis categorial de forma inductiva. Con el fin de analizar estas coordenadas, se ha confeccionado una base de datos que recoge 7990 registros y con la que se clasifica la oferta programativa. Dicha base da cuenta de la programación del periodo en cuestión mediante la extrapolación de la programación de noventa y cuatro días —dos por mes—, siguiendo una correlación semanal y procurando obtener el resultado de la emisión de días similares en los diferentes años, en aras de conseguir una muestra compensada que recoja ejemplos de todas las estaciones y que tenga en cuenta las diferencias entre la programación diaria, del fin de semana y de los periodos vacacionales. La información que recoge la base de datos se divide en los siguientes campos: nombre; duración; fecha; canal; banda horaria —mañana, tarde, *prime time*, noche y madrugada—; contenido —ficción, realidad, variedad, monotemático, ventas—; formato —directo, enlatado, contenedor, estudio—; audiencia —general, territorial, infantil—, y objeto —entretenimiento, informativo, formativo, comercial—<sup>2</sup>.

Además, se ha realizado un exhaustivo seguimiento hemerográfico del periodo en dos de los principales diarios de referencia: *El País* y *ABC*. Se hizo lo propio con revistas y publicaciones especializadas como *Canal Plus* y, por último, se recurrió a fuentes audiovisuales localizadas en internet y en el archivo audiovisual de TVE. Estas fuentes han sido útiles para reconocer los diferentes programas emitidos, su estructura y sus contenidos.

En lo relativo a la medición de las audiencias, se utilizó inicialmente la fuente *Ecotel*, hasta que la sociedad francesa de sondeos y opinión *Sofres*, propietaria en España de *Sofemasa*, firmó un protocolo con *Telefónica*, máxima accionista de *Ecotel*, para adquirir el 60% de la empresa de medición por tres millones de euros e integrar las actividades de ambas empresas en una sola. A partir de este momento (1993), pasó a denominarse *Sofres Audiencia de Medios* y se hizo con el control de las mediciones de audiencias televisivas en España.

Así las cosas, se demostrará que la aparición de las nuevas cadenas —Antena 3, Tele 5 y Canal Plus— y las remodelaciones emprendidas por las dos emisoras públicas estatales —TVE1 y La 2— contribuyeron significativamente al aumento de horas referidas al cine. La programación cinematográfica fue ofrecida con el fin de hacer una programación más atractiva, pero también para rellenar horas de escasa audiencia. Su emisión se inscribió en programas contenedores o se programó en solitario. Las emisoras nacionales se sirvieron del cine para contender entre ellas y atraer a la máxima audiencia con los grandes éxitos comerciales estadounidenses. Algunas televisiones cuidaron la emisión de las películas, aunque lo frecuente fue dar protagonismo a la publicidad. En estos años, ya se apunta la inclinación de los espectadores por las series y las telenovelas y, como en otros tiempos, se dio un cierto continuismo, debido a la rutina de la propia programación (Paz y Martínez, 2013, p. 305).

### La ficción: denominador común de la competencia entre canales

Una de las características del nuevo modelo de televisión que imperó en España durante los noventa, tras la implantación de las televisiones privadas, fue la proliferación del género de ficción. Todas las emisoras públicas y privadas, de cobertura nacional, apostaron desde el primer momento por este contenido televisivo. La ficción, canalizada en su emisión como cine o como serie televisiva en sus distintas variantes —teleseries, telenovelas, telecomedias, miniseries, series de animación, etcétera—, se convirtió en uno de los ingredientes básicos de todas las programaciones.

Se trataba de un contenido de fácil acomodo dentro del entretenimiento: masivo, satisfactorio desde el punto de vista de rentabilidad económica-audiencia, capaz de rellenar grandes espacios de tiempo, susceptible de ser programado en varias ocasiones —multidifusión—, útil como recurso de competición en la lucha por la audiencia en la contraprogramación o la desprogramación y tremendamente flexible desde el punto de vista programativo (Cebrián Herreros, 2003, p. 343-

344). En resumen, al espectador se le buscó esencialmente, durante el arranque de la competencia, con series, dibujos animados y películas.

El porcentaje total de ficción en la programación de los canales nacionales durante los primeros años de concurrencia fue notable (Gráfico 1). Casi la mitad de la programación total televisiva a lo largo de estos cinco años analizados fue de ficción. El incremento más significativo se produjo a partir de 1992, gracias a la masiva inserción de series de televisión y de animación en las programaciones. Estos contenidos terminaron por situar a la ficción en el máximo porcentaje del periodo de estudio en 1994 (el 48% de la emisión televisiva total de los canales fue de ficción). Por este motivo, se interpreta que la ficción —el cine, las series, las telenovelas— y, concretamente, su duración, temática y contenidos condicionaron la programación televisiva.

A pesar de que, como se ha dicho, la programación contenía todos los meses del año un nutrido porcentaje de ficción, algunos meses eran más proclives a aumentar estas proporciones. Por ejemplo, durante las vacaciones navideñas o al inicio de la temporada de septiembre, antes del

inicio del curso escolar, se solían programar más películas de lo habitual —durante las Navidades de 1990 se programaron hasta 430 películas de cine en 16 días— y se inscribía un alto porcentaje de nuevas series televisivas. Asimismo, durante la época estival era frecuente minar la parrilla con filmes, con el fin de cubrir la carencia de producción propia típica del verano, o bien se repetía incesante la emisión de series antiguas.

Si bien la ficción está presente en todas las franjas horarias, en los segmentos de máxima audiencia, a saber, el *late night* y la madrugada, se concentraba la mayor cantidad de contenidos de ficción. Las series y las películas del estreno se reservaban para los horarios más comerciales, mientras que en la madrugada se solían programar películas independientes, clásicos del cine, telefilmes o largometrajes de escasa calidad, dada la escasa audiencia. Otro segmento que aglutinaba un abundante contenido de ficción fue las sobremesas diarias y de fin de semana. Allí era habitual encontrar telefilmes y telenovelas —de lunes a viernes— y largometrajes —sábado y domingo—. En la franja despertador se inscribían un buen número de series animadas, y en la franja matinal iban siendo sustituidas por

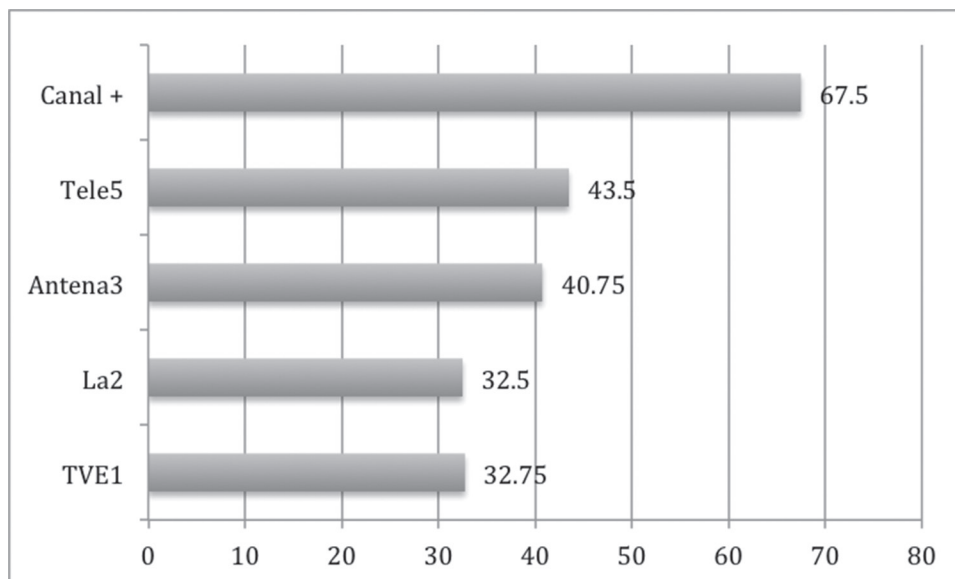


Gráfico 1. Porcentaje dedicado a la Ficción por cadenas, 1990-1994.

Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos de las parrillas de televisión de enero de 1990 a junio de 1994.



telenovelas y largometrajes. Finalmente, en la franja del mediodía se contaban algunas telecomedias, telenovelas y dibujos animados, pero raramente películas de cine.

En suma, las televisiones españolas utilizaron la ficción de manera constante en sus parrillas de programación y, dentro de la ficción, el cine fue el centro del entretenimiento —principal objetivo de la oferta televisiva que resultó de la competencia—. Sin embargo, los operadores de televisión pública y privada trataron este elemento televisivo de manera diferente.

### La oferta cinematográfica por cadenas

La programación del cine en los canales de televisión española varió en función de la política y estrategia de cada empresa. La selección de contenidos cinematográficos estuvo también condicionada por el objetivo de convocar audiencias masivas. En ese sentido, solo las películas comerciales, producidas por los grandes estudios, tenían la posibilidad de llegar a la rejilla en horario de máxima audiencia. Sin embargo, se observa que, en este periodo y en el segmento de *prime time*, los grandes estrenos internacionales convivieron de manera casi pareja con filmes de menor relevancia, y con largometrajes españoles protagonizados por actores aparentemente alejados del *glamour* de Hollywood, como Paco Martínez Soria o Lina Morgan. Y es que estas películas nacionales consiguieron copar los primeros puestos de los índices de audiencia en detrimento del cine estadounidense<sup>3</sup>.

Fue frecuente que varias películas estuvieran, cada temporada, entre los cincuenta programas más vistos, compitiendo con partidos de fútbol, debates políticos, concursos y telenovelas. Sin embargo —salvo algunas producciones españolas—, las películas más vistas fueron, en su mayoría, estadounidenses (Gráfico 2). Los productos televisivos de importación norteamericana colonizaron la emisión de la televisión en España durante todo el periodo. Según un estudio<sup>4</sup> de la Asociación de Distribuidores e Importadores de Ámbito Nacional (Adican) de mayo de 1994, 20 minutos de cada hora eran de nacionalidad estadounidense.

El mercado del audiovisual estaba dominado por las *majors* de Hollywood, y el orden de preferencias de las emisoras españolas, lo encabezaban las producciones más comerciales. Apenas hubo inversiones en cine europeo; solo en Antena 3, durante su primer año de emisión, pareció existir una mayor cantidad de cine europeo, aunque ello se debió a sus dificultades económicas —por hacerse con el catálogo de alguna de las más importantes distribuidoras—. Tanto TVE, Canal Plus y Tele 5 como Antena 3, a partir de 1993, le apostaron a películas más comerciales.

Las televisiones españolas firmaron acuerdos comerciales con las grandes productoras y distribuidoras de cine para la venta exclusiva de sus series y películas por varios años. El primer cliente que aseguró un vínculo con estos proveedores de mercancía televisiva fue Televisión Española, que —antes de la llegada de las privadas— se abasteció con un elevado contingente audiovisual y firmó en exclusiva los derechos para la emisión de la producción de Warner Brothers y Disney. Asimismo, la FORTA (Federación de Televisiones Autonómicas) firmó con Orión y Columbia, mientras Tele 5 hizo lo propio con Paramount Pictures y Metro Goldwyn Mayer (MGM). Antena 3 rubricó sus principales acuerdos a partir de 1993, cuando firmó con Paramount, Warner Brothers, Betafilm, NBC, Tesauro y Sogepag. Esto la convirtió en el primer canal en emitir los títulos más comerciales de la industria española de cine en televisión. También Canal Plus suscribió acuerdos con algunas de las principales *majors*, como Warner Brothers, Columbia, Paramount, Universal, 20<sup>th</sup> Century Fox, Walt Disney Productions, Orion y Carolco. Con todas ellas se estableció que ninguna de las cadenas españolas podía emitir los títulos contratados por Canal Plus hasta un año después de la emisión codificada por esta cadena.

En cualquier caso, la formalización de estos contratos no significaba que las películas de estas compañías solo pudieran ser emitidas con las televisiones que tenían acuerdos, puesto que las cadenas españolas realizaban reventas de los derechos de largometrajes y series de ficción entre ellas mismas.



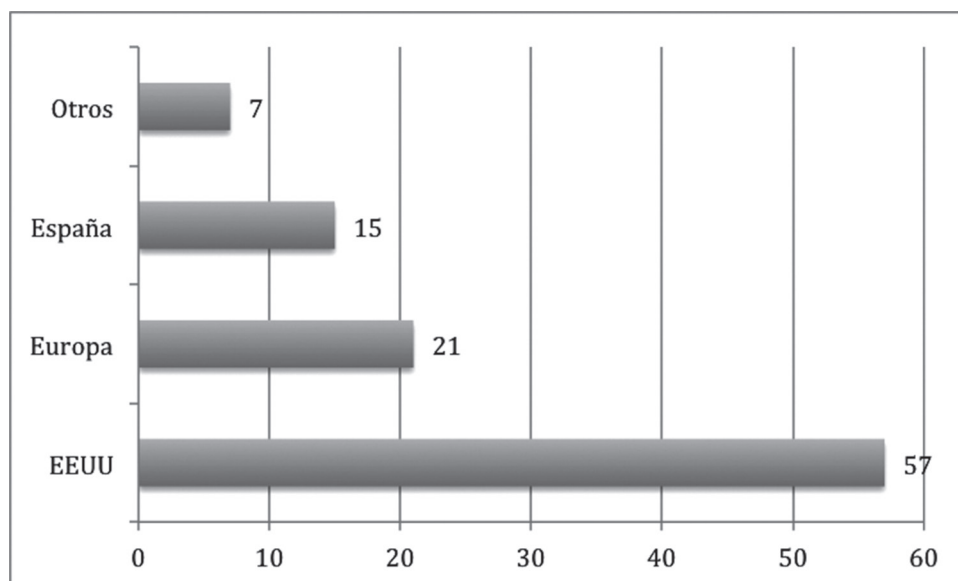


Gráfico 2. Porcentaje de la nacionalidad de las películas emitidas en el periodo de estudio.

Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos de las parrillas de televisión de enero de 1990 a junio de 1994.

Por otra parte, las *majors* impusieron condiciones de contratación beneficiosas para sus intereses y dejaron a las emisoras televisivas sin un poder de decisión significativo con respecto a la política que imponían. Por ello entraron en litigios<sup>5</sup> ocasionales, rompieron acuerdos y aceptaron ofertas *a posteriori*, en caso de que con ello pudieran ganar más notoriedad o dinero. Todas estas circunstancias retrataban un mercado poco estable y enormemente fluctuante.

Las cadenas fueron testigo de la reducción del fondo disponible de películas a precios asequibles, dado el abuso de emisión de largometrajes. Una de las consecuencias de esta política fue la repetición de filmes en distintas cadenas. La necesidad de rellenar la programación y el cumplimiento escrupuloso de los contratos —que permitían doble emisión por película— llevaba a que un filme se repitiera en la misma cadena. La demanda de películas era tan grande entre emisoras que cuando una cadena vendía los derechos de emisión de un largometraje, otra los compraba inmediatamente para rellenar su programación. Por ejemplo, *Terciopelo azul* (David Lynch, EEUU, 1986) ocupó el espacio de máxima

audiencia en la parrilla, tres días distintos, en tres televisiones diferentes, en una misma semana (*El País*, 19 de agosto de 1992).

El análisis, distribuido por televisiones, muestra que TVE1 y La 2 fueron los dos canales de televisión pública que menos ficción programaron durante los primeros años de los noventa (Gráfico 1). Apenas un tercio de la programación total de ambos canales fueron contenidos enlatados. No es de extrañar, puesto que se trata de una televisión experimentada, con un bagaje de más de treinta años de emisiones y que, antes de la llegada de los nuevos operadores, ya contaba con un sólido entramado de contenidos de producción propia. Sin embargo, tanto Antena 3 como Tele 5 superaron holgadamente la emisión cinematográfica de los canales públicos. Canal Plus, el operador que mayor cantidad de ficción programó de todos, convirtió la ficción —concretamente, el cine comercial de estreno— en una especie de sello de identidad del canal. Este transmitía hasta ocho películas diarias recurriendo a la multidifusión, y ocupaba gran parte de su parrilla con series de ficción y de animación y programas monográficos sobre la actualidad cinematográfica.

## Los programas cinematográficos

Aunque el cine fue una de las herramientas indispensables para componer las parrillas de televisión, su protagonismo no se tradujo en una existencia masiva de programas de calidad cinematográfica, dedicados al análisis, actualidad o información. De hecho, fue una opción minoritaria. Existieron contadas excepciones, tanto en Televisión Española como en Canal Plus.

Cuando arribaron las televisiones privadas, la emisora pública no tenía en ninguna de sus dos cadenas un programa sobre cine. A veces ofrecía informativos especiales, normalmente programados en horarios de madrugada y de breve duración, dedicados al seguimiento de algún acontecimiento concreto del mundo del cine, como un festival significativo o la entrega de los Premios Óscar. No fue sino hasta finales de 1991 cuando La 2 comenzó a emitir *Días de cine*, un programa de 45 minutos situado en la franja de tarde —no tenía una hora concreta—. Se trataba de un espacio divulgativo de actualidad e información, que pretendía comentar y analizar las obras cinematográficas de estreno. *Días de cine* tenía un presupuesto moderado. Sin embargo, contaba con el archivo cinematográfico completo de TVE para componer sus contenidos. Con el paso del tiempo, este programa se ha convertido en un clásico de referencia dentro de la parrilla de la televisión pública.

Se observa un esfuerzo en esta cadena por enriquecer la programación con espacios cinematográficos especiales, singulares o adaptados a la actualidad. Por ejemplo, conmemoró los cien años de historia del cine español con la emisión de un programa especial, *La noche del cine español*, que tuvo una duración de más de cinco horas. Su emisión fue respaldada por un ciclo de la misma temática, que estuvo vigente durante todo el año.

Otra iniciativa importante fue la que emprendió TVE con la televisión pública alemana: la idea era emitir simultáneamente una misma película, *Las dos caras del crimen*. La idea del proyecto era poder observar la evolución de la simbiosis entre la televisión y el cine con nuevas fórmulas: ahora, el

cine no le temía al *zapping* sino que se valía de él. El proyecto requería de dos canales para su emisión; en uno se mostraba la historia, narrada desde el punto de vista del protagonista, y en el otro se narraba desde el punto de vista de su amante. Para ver la película, el telespectador elegía aleatoriamente entre una y otra versión recurriendo al mando a distancia. Televisión Española lo llevó a cabo en octubre de 1993, cuando TVE1 y La 2 programaron, al mismo tiempo, *Las dos caras del crimen*. El desarrollo posterior llevó al siguiente esquema: una historia comenzaba en ambas cadenas, al cabo de doce minutos, el punto de vista se bifurcaba: en La 2 se podía seguir la huella erótica e intimista de la historia, fotografiada en tonos rojos, mientras que en TVE1 se observaba el otro punto de vista de la trama en tonos azules.

El semanario *Der Spiegel* aplaudió la iniciativa televisiva, afirmando que se había producido por fin el viejo sueño de la emancipación del público, otorgándole al medio un componente creativo que no tenía antes. Pero la verdad es que el experimento resultó un fracaso clamoroso, porque la identificación del espectador con los personajes televisivos no se produjo (Mateos-Pérez, 2008, pp. 364-365.).

Por otro lado, TVE completó su oferta cinematográfica con algunos espacios que funcionaban como aglutinadores de ciclos cinematográficos, como *La estrella es...*, centrado en actores, directores y productoras, o *Cine Club* o *Filmoteca TV*, donde se repasaba la filmografía de alguna personalidad representativa del cine clásico o de autor. También se emitieron *Las colecciones de La 2*, que giraba en torno a la misma temática. Incluso, se organizaron ciclos de películas según su género, como ocurrió con *Alucine* —cine de terror— o con *Sesión de tarde y aventura* —cine de aventuras recomendado para todos los públicos—.

El valor añadido más importante de la oferta cinematográfica de Televisión Española residió precisamente en estos ciclos cinematográficos proyectados a los largo de estos años. Los ciclos, programados indistintamente en el primer y segundo canal estatal, sobre todo durante la franja de la madrugada, trataban de agrupar películas

relevantes de la historia del cine por director, nacionalidad o actores. Estos ciclos versaron principalmente sobre el cine español<sup>6</sup>, europeo<sup>7</sup>, Iberoamericano, de autor<sup>8</sup> y el clásico norteamericano<sup>9</sup>. Además, buscaban que la emisión de las películas fuera de calidad: la presentación estaba muy bien cuidada y se proveía un contexto que ayudaba a comprender la película. Incluso, muchos de estos filmes se emitían en versión original subtitulada al español. Todo indicaba que lo que se quería con estas emisiones era profundizar en el cine y no programar largometrajes con el único afán de captar audiencia.

Los demás canales generalistas de televisión trataron de competir con herramientas similares y variando sus contenidos. Por ejemplo, en sus inicios —y no por mucho tiempo—, Antena 3 dedicó el programa contenedor *Polvo de estrellas* a la emisión de cine. El espacio se complementaba con la participación del veterano crítico cinematográfico Carlos Pumares, quien presentaba la película y analizaba la actualidad cinematográfica al finalizar la misma. También en el mítico programa *La Clave*, dirigido por José Luis Balbín —antes en la cadena pública— era habitual que se presentaran largometrajes para introducir o profundizar sobre algún tema en el debate. En algunas ocasiones se programaron incluso dos películas en el mismo espacio.

En algunos casos, en Antena 3 se hacía una presentación de la película. Ejemplo de ello fue la presentación realizada por el director del festival de Sitges, Juan Luis Goas, en el ciclo *Noche de Lobos*. También lo hizo la medallista olímpica de Taekwondo, Coral Bistuer, en el ciclo *Cinturón Negro*, dedicado a las artes marciales. Tele 5 copió este esquema y lo hizo aún más simple: hacía la presentación de la película, pero no había un coloquio posterior, como fue el caso del espacio *Cine Corazón*, a cargo del actor y presentador Jesús Puente. En casos como este, la presentación estaba más orientada hacia el tema de la película que a su vertiente cinematográfica.

Ahora bien, el comportamiento habitual de las cadenas durante la primera competencia fue la

programación de películas, sin una explicación o contextualización anterior o posterior a la misma. Bajo un título genérico<sup>10</sup>, el programa pasaba la película y la cortaba en varias ocasiones para introducir bloques publicitarios de una duración mínima de diez minutos —excepto en Canal Plus, que emitía las películas sin interrupciones—. Esta circunstancia hacía que el tiempo de emisión de las películas se ampliara notablemente.

Imitando la organización de la televisión pública, las televisiones privadas optaron por la emisión de cine en ciclos cinematográficos temáticos. Antena 3 intercaló en su programación ciclos de mayor calidad con otros más residuales. Por ejemplo, dedicó ciclos al cine bélico —*Historia Bélicas*—, al cine negro —*Cine Negro* y *Tras la pista del crimen*—, al cine clásico —*Cine para el recuerdo*—, al cine de terror —*Noche de lobos* e *Historias de media noche*—, al cine español —*Cine Español* y *Comedia española*— y al cine de artes marciales —*Cinturón negro*—. También dedicó programas especiales a actrices famosas y a la retransmisión de los Óscar —en los años que contó con los derechos de retransmisión—.

Tele 5, por su parte, utilizó ciclos más genéricos que buscaban una audiencia menos segmentada, abusando de un catálogo repleto de estrenos comerciales, pero también abundante en telefilmes y películas secundarias, de menor calidad cinematográfica. Algunos de los ciclos que más tiempo se mantuvieron en antena fueron los destinados a las películas románticas —*Cine corazón*, *Cine te amo*, *Cine de amor*—, al cine erótico —*Erotísimo*—, a la comedia —*Silencio, se ríe* y *Cine Español*—, al cine bélico —*Cine Fiesta bélico*—, al cine de acción —*Noche de Acción*— y al cine de terror —*Cine de terror*—. Este canal utilizó el cine de manera recurrente en su parrilla y, sin embargo, no tuvo el menor interés en cuidar la calidad de su emisión; a menudo desprogramó películas previamente anunciadas en función de la oferta de la competencia y seccionó la emisión de las películas en más cortes publicitarios de mayor duración.

Mención aparte merece la competencia que Canal Plus le hizo a Televisión Española en lo

relativo al cine de televisión. Canal Plus se dirigió hacia un público minoritario y, debido a la naturaleza de su pago, se convirtió en una especie de club exclusivo. Su programación se especializó en la emisión de cine de estreno, por multidifusión y sin cortes publicitarios. Canal Plus se situó en el horario estelar de las 22:00 la emisión de un estreno cinematográfico exclusivo que se renovaba cada noche. Se reservó para la noche del viernes los estrenos más suculentos del catálogo. Canal Plus convirtió este espacio, *Estreno C+*, en la bandera de su oferta especializada de ficción.

Además del cine de estreno, Canal Plus presentó una programación estratégica, esmerada y repleta de iniciativas. Por primera vez en la historia de la televisión en España, Canal Plus emitió una película —*Cuento de invierno*, de Eric Rohmer (1992) — antes de su estreno comercial en salas, imitando la estrategia de Canal Plus Francia. La película se incluyó dentro de un programa especial titulado *La noche de Eric Rohmer*. El experimento *La noche de...* se siguió realizando con directores internacionales de la mayor relevancia, como Tim Burton y Gus Van Sant. La idea de esta iniciativa era presentar la filmografía de estos autores —además de la película de estreno—. La exhibición de sus películas en la pequeña pantalla actuaba como elemento publicitario al tiempo que no interfería en su carrera comercial.

Canal Plus también emitió programas especiales dedicados a representativos directores y a distintos miembros de la industria del cine, donde se mostraban varios trabajos del mismo autor con algún material inédito o entrevista. Se hicieron programas especiales con Peter Bogdanovich, Woody Allen y David Lynch, entre otros. Se homenajeó también al director de cine erótico Russ Meyer, se emitieron entrevistas y algunos de sus polémicos largometrajes. También se hizo un especial sobre el pionero del cine Georges Méliès y de sus obras inéditas, que se exhibieron a lo largo de tres días.

A estas iniciativas hay que añadir el seguimiento que Canal Plus hizo a la actualidad cinematográfica, materializado en la retransmisión de

informativos de los principales festivales de cine, en programas sobre la actualidad de la industria de Hollywood y la transmisión pormenorizada y en directo de los Premios Óscar. Espacios como *Piezas*, *Videominuto* y *La noche más corta* se esparcían por la parrilla de programación, pivotando sus horarios entre las mañanas, las tardes y las madrugadas que Canal Plus reservaba para emitir documentales, cortometrajes, o videoarte experimental.

Dentro de la oferta cinematográfica de Canal Plus cabe incluir la sección especial de las madrugadas del viernes y del sábado, dedicada al cine pornográfico, bajo el título *Cine X*. Existía una evidente demanda de estas emisiones por parte de los telespectadores, como se desprende de los datos de audiencia acumulados de la señal codificada. Este tipo de programas resultaba impensable en las otras televisiones, donde la sola emisión de una película que abordara incluso tangencialmente temas sexuales era motivo de fuertes presiones para su cancelación (*ABC*, 11 de abril de 1992).

En cuanto a espacios monográficos sobre cine, cabe *Primer plano* —el primero de ellos—, emitido en programación abierta y que, en sus 26 minutos de duración, presentaba entrevistas y reportajes sobre las últimas novedades y estrenos. Las limitaciones del espacio estuvieron relacionadas con la falta de archivo. Sin embargo, en *Primer plano* desfilaron numerosos actores y directores españoles que, cada sábado y en parejas, se turnaban en la presentación del programa. La primera transmisión del programa, en noviembre de 1990, fue presentada por el director manchego Pedro Almodóvar y la actriz Bibiana Fernández —que con frecuencia aparece en sus películas—. El ciclo de las duplas se detuvo cuando los actores Fernando Guillén-Cuervo y Maribel Verdú se establecieron como presentadores fijos.

### El cine como estrategia competitiva: el cine español

Frecuentemente se recurrió a películas españolas para competir contra el resto de canales generalistas; se contraprogramaba con cine, por ejemplo, los acontecimientos deportivos. Tele 5 tuvo la

fortaleza de poseer una contundente selección de títulos comerciales de Hollywood, gracias a los acuerdos comerciales exclusivos que Berlusconi tenía con algunas de las principales productoras estadounidenses que arrasaron en audiencia.

El mimetismo entre cadenas, característico del periodo de competencia, contagió también a la programación de cine. Un ejemplo fue la utilización de los mismos géneros a la hora de crear ciclos de películas —como los ya citados— por parte de las cadenas generalistas. Las televisiones introdujeron en su programación un ciclo estable sobre el cine de terror, dados los óptimos índices de audiencia que este género había alcanzado en televisión. En la programación española de 1991, todas las televisiones tenían asignada una parcela de su programación a esta temática. El pionero de este género, *Noche de lobos* —de Antena 3— fue dirigido por el director del Festival de Cine Fantástico de Sitges, Juan Luis Goas. *Alucine* de TVE1 —el más tardío— y *Noche de miedo* de Tele 5 también estuvieron dedicados al cine de terror. La 2 emitió dos series de ficción de este género: *Llamadas a medianoche* y *Escalofrío*.

Estos argumentos nos ayudan a evidenciar cómo el cine fue utilizado por las televisiones generalistas como arma en la batalla por la audiencia. Las televisiones programaron incluso algunos de sus largometrajes en función de los planes de sus rivales. Practicaron la desprogramación en función de la cartelera de la competencia, con el fin de conseguir que la mayor cantidad de público se inclinara por su oferta.

También practicaron la contraprogramación; cuando la televisión rival programaba una película con una actriz que la audiencia recibía bien, la propia televisión aprovechaba para programar un largometraje de su catálogo con la misma actriz en el mismo horario, con el fin de desestabilizar la propaganda de su competencia. La táctica que dio mejores réditos en este sentido consistió en que cuando una cadena programaba un éxito de cine comercial, la competencia utilizaba una película española para combatirlo y rebañarle así un segmento de audiencia.

Para finalizar, es importante hablar de la relación entre las emisoras de televisión y la industria española del cine. Durante los ochenta y especialmente a partir de la presencia de Pilar Miró en la dirección general del Ente, la participación de Televisión Española en la producción de películas nacionales, mediante subvenciones, era habitual. Estas subvenciones se concedían en función del interés que los proyectos cinematográficos suscitaban en la Comisión de Derechos de Autores. El canal estatal, en contraprestación, no recibía ningún porcentaje de la taquilla que obtuviera la película, pero se quedaba con la emisión exclusiva para televisión seis meses después del estreno. De esta manera, el operador público invirtió en una serie de largometrajes<sup>11</sup> que se estrenarían en los noventa, previendo la llegada de las televisiones privadas.

Sin embargo, una vez llegados los nuevos operadores, la cadena estatal dejó de coproducir largometrajes (*El País*, 29 de mayo de 1991), como consecuencia de la reducción de los ingresos publicitarios de la cadena.

El relevo en la producción de nuevas películas españolas lo dieron las televisiones privadas, una vez que se asentaron en sus respectivos proyectos. Ello porque, tras las inversiones iniciales, resultaba más rentable producir largometrajes que comprar nuevas películas. La política de los nuevos propietarios de las televisiones privadas parecía estar encaminada en esa dirección.

El paso definitivo lo dio Antena 3 en 1993. Con la llegada de sus nuevos dueños —Antonio Asensio -Grupo Zeta-, Mario Conde -Banesto-, Rupert Murdoch, Grupo Cisneros—, el canal evidenció su intención de convertirse en la principal referencia nacional del cine español. Para empezar, participó como coproductora en diez largometrajes, para los que aseguró la exclusiva de su posterior emisión en televisión.

Pero la maniobra de mayor resonancia la hizo el canal en 1993, cuando adquirió los derechos para televisión de los más recientes éxitos del cine español<sup>12</sup> en el mercado internacional de televisión de Cannes. Este contrato —firmado con *Sogepaq*— iba a permitir a Antena 3 ser el primer canal en



emitir los títulos más comerciales de la industria española de cine en la pequeña pantalla.

Además, consiguió cerrar acuerdos con las principales productoras y distribuidoras nacionales e internacionales —Paramount, Warner Brothers, Betafilm, NBC y Tesauro—, lo que le permitió ofrecer, durante los siguientes dos años, algunas de las películas y series de mayor éxito en el mercado internacional. También se hizo con los derechos de retransmisión de los premios Goya, que emitió en directo por tercer año consecutivo.

Por su parte, Tele 5 —que ya se había estrenado en la coproducción de productos audiovisuales con algunas series y telefilmes— inició sus primeras coproducciones cinematográficas con *Aquí, el que no corre, vuela* (Ramón Fernández, España, 1992) y *Pelotazo nacional* (Mariano Ozores, España, 1993). Los derechos de antena de los largometrajes pasaban a ser propiedad de Tele 5 tras un año de comercialización en las salas de cinematográficas. Tele 5 también participó en la coproducción del largometraje *Una chica entre un millón* (Álvaro Sáez de Heredia, España, 1993). El argumento de la película, curiosamente, daba cuenta de la guerra de audiencias entre dos canales de televisión privada.

### Conclusiones. Una programación cinematográfica más extensa que cuidada

La resultante oferta televisiva global entre 1990-1994 —intervalo en el que se fraguó la primera competencia entre canales nacionales— arrojó una programación dedicada fundamentalmente al entretenimiento. En este contexto, el principal contenido que emitieron las televisiones españolas fue la ficción. Las series y telenovelas se perfilaron como importantes bazas para la captación de público, y las películas de cine fueron el ingrediente básico de todas las parrillas.

El cine se convirtió en la piedra angular de la programación durante todo el periodo, gracias a su capacidad para congrega audiencias masivas frente a la pantalla. También fue útil para cubrir horarios, por su versatilidad programativa y por su rentabilidad económica. Lo cierto es que se emitió cine a todas horas, en todas las franjas horarias y todos los días.

Las películas que se programaron en la pequeña pantalla fueron mayoritariamente estadounidenses. Ello debido a que los contratos que las televisiones suscribieron con las principales empresas productoras y distribuidoras de para el abastecimiento audiovisual protegían la industria hollywoodense. Los largometrajes más buscados por las emisoras fueron los comerciales, es decir, los que mayor recaudación habían obtenido en las salas de exhibición o los que habían sido premiados con los más populares galardones de la industria cinematográfica. El cine español tuvo presencia continua y, aunque fue emitido en porcentajes discretos, tuvo resultados aceptables de audiencia.

Es cierto que existieron buenas prácticas, estrategias de programación razonadas y calidad de emisión cinematográfica en algunos momentos, pero fue una excepción. Canal Plus y Televisión Española, en ocasiones —además de cuidar sus emisiones—, dispusieron de un conjunto de películas de todos los géneros y reseñaron personajes destacados de la historia del cine. También emitieron grandes estrenos comerciales y destacaron alguna que otra filmografía minoritaria o independiente. Incluso contaron con espacios monográficos dedicados al cine y le hicieron seguimiento a los hitos anuales del séptimo arte. En resumen, estos canales no solo pasaron cine en sus pantallas, sino que además informaron y formaron a la audiencia sobre el tema.

No obstante, lo usual fue programar largometrajes en solitario, bajo un título temático basado en una clasificación por géneros cinematográficos. La calidad de la emisión televisiva fue cuestionable; a los clásicos cortes de publicidad, los anunciantes y las cadenas privadas sumaron nuevas estrategias que dificultaban y distorsionaban la correcta visualización de las películas.

Respecto a las prácticas de programación cinematográfica, se concluye que las que se efectuaron no fueron las mejores. A excepción de Canal Plus y —en algunos momentos— Televisión Española, las cadenas incluyeron numerosos paréntesis publicitarios dentro de la emisión de películas, afectando momentos dramáticos que suponían incisiones en

la continuidad de la película, seccionando diálogos o rompiendo el ritmo interno de la secuencia.

Mención especial merecieron las estrategias de autopromoción cinematográfica que llevaron a cabo las cadenas privadas Tele 5 y Antena 3, donde el contenido se enfocó en el actor principal en lugar de hacerlo sobre la propia película. Se apelaba al *star system* como reclamo ante la audiencia. Si los actores y actrices de esas películas estaban de actualidad por algún trabajo reciente, los canales componían *trailers* para promocionar la película, cuyas imágenes no correspondían al largometraje emitido.

La más interesante emisión de cine que realizaron los canales generalistas en este periodo fue la que se inscribió en un espacio contenedor. La película se insertaba entre dos partes dialógicas: era antecedida por una presentación que aludía al tema de la película, a los actores, al director, o a la película misma y, luego, se presentaba un coloquio o debate que recogía los temas fundamentales de la película desde su vertiente de producción, dirección o guión. Estos espacios sirvieron para dar un mayor empaque a la programación y dieron cuenta de una estrategia planificada. El espectador, por su parte, se beneficiaba de todo ello recibiendo mayor información sobre lo que iba a ver y un contexto de la película que le servían para interpretarla mejor. En otras palabras, el foco del espacio no estuvo puesto sobre la película, sino sobre el espacio contenedor y el tema que lo articulaba. Esta estrategia le permitía al canal —siempre el mismo día a la misma hora— abordar un tema concreto que, de alguna manera, se suscitaba en la película. Esta estrategia le permitía al canal acometer un tema relacionado con la película un día determinado de la semana y a la misma hora, lo que tenía como la fidelización de la audiencia.

Según lo anterior, es posible afirmar que había una diferencia notable entre programar una película en solitario o programarla en un espacio contenedor. En el primer caso, el largometraje es el contenido clave de emisión, mientras que en el segundo el filme sirve de complemento al tema que se pretende tratar. Con el coloquio se extraía un mayor rendimiento de la película, en términos de duración y de audiencia.

El cine también se utilizó como un arma para debilitar al adversario. Las cadenas tuvieron poco respeto por lo anunciado en sus propias parrillas y los cambios en la programación fueron bastante frecuentes. Las televisiones desprogramaron y contraprogramaron con cine en función de la cartelera de sus rivales, incurriendo en prácticas cuestionables desde el punto de vista ético y de la relación con la audiencia. Todas estas circunstancias evidenciaron que la programación no buscaba acercar una emisión de calidad al público, sino que perseguía acaparar los índices de audiencia.

### Obras citadas

- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián Herreros, M. (2003). Contenidos cinematográficos en televisión. *Ámbitos*, 10, 341-361.
- Contreras, J. M. y Palacio, M. (2003). *La programación en televisión*. Madrid: Síntesis.
- Cuevas Puente, A. (1994). *Las relaciones entre el cine y la televisión en España y la Unión Europea*. Madrid: CAM-Egeda.
- Cuevas Puente, A. (1999). *Economía cinematográfica: la producción y el comercio de películas*. Madrid: Audiovisual Imaginógrafo.
- Díaz, L. (1994). *La televisión en España. 1954-1995*. Madrid: Alianza editorial.
- Durán, V. (2011). Televisión Española, un cine para todos que no olvida a los clásicos. *Revista Comunicación*, 9(1), 67-81.
- Fernández, I. y Santana F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.
- Gómez Escalonilla, G. (2003). *Programar televisión: análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Mateos-Pérez, J. (2008). *A la caza del espectador. Estrategias de programación en los inicios de*



- la televisión privada en España (1990-1994)*. Madrid: UCM.
- Méndez Fregozo, E. (2005). Cine de calidad: estrategia para una lectura alfabetizadora por medio de la televisión. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25(2), 1-7.
- Moreno Torres, L. (2005). Cine y Televisión: las amistades peligrosas. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 25(2), 1-9.
- Palacio, M. (2005). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Paz, M. A. y Martínez L. (2013). Nuevos programas para nuevas realidades: la programación infantil y juvenil en TVE (1969-1975). *Journal Spanish Cultural Studies*, 14(3), 291-306.
- Rueda, J. C. y Chicharro, M. M. (2006). *La televisión en España (1956-2006)*. Política, consumo y cultura televisiva. Madrid: Fragua.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Televisión muy poco privada. (15 de abril de 1988). *El País*.
- El final del monopolio. (26 de agosto de 1989). *El País*.
- El negocio del cine. (29 de mayo de 1991). *El País*.
- La ATR pide a Colom que suprima la emisión de *Atamé*. (11 de abril de 1992). *ABC*.
- 20 minutos de cada hora son made in USA. (25 de junio de 1994). *El País*. Recuperado de [http://elpais.com/diario/1994/06/25/radiotv/772495219\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1994/06/25/radiotv/772495219_850215.html)

## Notas

1. Se trataba de una Ley restrictiva. No solo limitó el número de nuevos operadores, sino que limitó también la participación de los particulares —persona física o jurídica— en una empresa concesionaria al 25%. Exigió unas inversiones iniciales elevadas —60 millones de euros solo para concursar—. Las restricciones se contemplaban incluso en la programación: por ejemplo, el 15% de la programación debía ser producción propia; el 40% de producción originaria en países integrantes de la CE y el 50% en español. El 40% de las películas comerciales emitidas al mes tenían que haber sido producidas en países de la CE y al menos el 50% de ellas producidas en expresión originaria española, de acuerdo con lo estipulado en la Ley de Televisión Privada de mayo de 1988.
2. No existe una taxonomía estandarizada de programas que haya sido universalmente aceptada. En la investigación sobre televisión se utilizan clasificaciones distintas. Ésta es una propuesta a la que se le suponen debilidades y posibles inconsistencias. Al no existir una teoría unificada se persigue establecer una clasificación general que permita la categorización de los contenidos.
3. Por ejemplo, en el noventa, las películas de Pedro Lazaga *Vaya par de gemelos* y *Estoy hecho un chaval* fueron las emisiones más vistas del año, mientras que la primera producción norteamericana *Tras el corazón verde* ocupaba el puesto 23. En 1994, *Celeste no es un color* (Víctor Andrés Catena, España, 1993) fue la cuarta emisión más vista, mientras que *Loca Academia de Policía II* (Jerry Paris, EEUU, 1985) solo logró ascender hasta el séptimo puesto.
4. El mencionado informe no recoge el tiempo que ocuparon otros géneros televisivos como los documentales, los dibujos animados o los deportes. Tampoco considera la programación de Canal Plus en el estudio.
5. En 1991 la cadena privada Antena 3 denunció a la distribuidora Serpoz por presunta estafa en la venta de un lote de 52 películas adquiridas en 1989, por casi un millón de euros. El motivo fue que tres distribuidoras —Viacom, Iberoamericana Films y Vision Films— aseguraron poseer los derechos de exhibición de algunos de los largometrajes (*El País*, 22 de mayo de 1991).
6. José Luis Sáenz de Heredia (9 películas); Pedro Almodóvar (9 películas); Sara Montiel, Paco Martínez Soria (10 películas); Gracita Morales o José Luis López Vázquez.
7. Sergei M. Eisenstein; Bernardo Bertolucci (3 películas); Andrei Tarkovski (7 películas); Alain Delon (14 películas); Maurice Tourneur (11 películas); Krzysztof Kieslowski (10 películas); o Alfred Hitchcock.
8. Entre otros, cabe citarse el dedicado al cine asiático que estuvo enfocado en tres de sus directores más aclamados: Yasujiro Ozú, Akira Kurosawa o Nagisa Oshima.
9. Hubo ciclos en los dos canales de TVE. Estuvieron dedicados a directores, actores y productoras, como por ejemplo se repasaron las filmografías de Clint Eastwood (17 películas); John Ford (14 películas); Katherine Hepburn (18 películas); Frank Borzage (7 películas); Frank Capra (7 películas); Vicente Minelli (12 películas); Ginger Rogers y Fred Astaire (12 películas); Burt Lancaster (16 películas); Gary Cooper (7 películas); John M. Stahl (16 películas); Tyrone Power; Joseph Losey (4 películas) o el celebrado al 75 aniversario de la Universal.
10. En antena 3: *La película del lunes, Especial Cine, Telecine y Cine de madrugada, Supercine*. En Tele 5: *Gran pantalla TV, Cine 5 Estrellas y Cine madrugada*. En TVE: *Especial Cine, Estrenos TV y Cine de sobremesa*. En Canal Plus: *Cine y Estreno C+*.
11. En 1990, TVE invirtió en las películas *Ay, Carmela* (Carlos Saura, España, 1990) —590.000—; *Las cartas de Alou*

(Montxo Armendáriz, España, 1990) —540.000 euros—; *Yo soy esa* (Luis Sanz, España, España, 1990) —540.000 euros—; *Bajarse al moro* (Fernando Colomo, España, 1990) —378.000 euros—; *El vuelo de la paloma* (José Luis García Sánchez, España, 1989) —240.000 euros—, y *La frontera* (Ricardo Larráin, España-Chile, 1991) —180.000 euros—. 12. *Jamón, jamón* (Bigas Luna, España, 1992); *Vacas* (Julio Medem, España, 1992); *La marrana* (José Luis Cuerda, España, 1992); *Salsa rosa* (Manuel Gómez Pereira, España, 1992); *¿Por qué lo llaman amor cuando quieren decir sexo?*

(Manuel Gómez Pereira, España, 1993); *Rosa rosae* (Fernando Colomo, España, 1993); *El día que nació yo* (Pedro Olea, España, 1991); *Sevilla Connection* (Antonio del Real, España, 1992); *El robo de la joya* (Álvaro Sáez de Heredia, España, 1991); *Dispara* (Carlos Saura, España, 1993); *Intruso* (Vicente Aranda, España, 1993); *Cómo ser infeliz y disfrutarlo* (Enrique Urbizu, España, 1993) o *El amante bilingüe* (Vicente Aranda, España, 1993). El buque insignia del lote fue *Belle Époque* (Fernando Trueba, España, 1992), película que había ganado el Óscar a la mejor película extranjera.

#### Cómo citar este artículo

Mateos-Pérez, J. y Cabeza San Deogracias, J. (2015). El cine durante la primera competencia televisiva española (1990-1994). La piedra angular de la programación. *Signo y Pensamiento*, 34(67), 76-92. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-67.cdf>



Desde hace más de 45 años la Pontificia Universidad Javeriana se ha consolidado como una de las instituciones con mayor trayectoria en la enseñanza del Español como lengua extranjera a través de su Programa de Español para Extranjeros en Colombia y en América Latina.

### Objetivo

Desarrollar o mejorar en los estudiantes la capacidad para comunicarse de manera correcta y eficaz en la lengua española y exponerlos a algunos aspectos de la cultura latinoamericana, particularmente colombiana.

#### Cursos

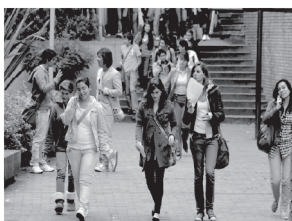
Lengua y cultura  
Propósitos específicos  
Preparación para exámenes internacionales

#### Nuestras fortalezas

Profesores calificados  
Salidas culturales  
Trabajo en las cuatro habilidades lingüísticas

### Modalidad de clases para el año 2015

Modalidad	Total horas	Intensidad horaria	Horario	Número de personas inscritas
Clases intensivas	80 horas	4 horas diarias	9 a.m. a 11 a.m. y 11:30 a.m. a 1:30 p.m.	4 o más
Clases regulares	80 horas	2 horas diarias	2 p.m. a 4 p.m. o de 4 p.m. a 6 p.m.	4 o más
Inmersión	Según acuerdo	5 a 7 horas diarias	Según acuerdo	1 o más
Clases privadas compartidas	70 horas	Según acuerdo	Según acuerdo	3
Clases privadas compartidas	50 horas	Según acuerdo	Según acuerdo	2
Clase privada	50 horas	Según acuerdo	Según acuerdo	1



### Mayores informes

Transversal 4 N° 42-00 Piso 4°. Edificio José Rafael Arboleda, S.J. (67)  
Departamento de Lenguas. Facultad de Comunicación y Lenguaje  
Teléfono: (571) 3208320 ext. 4620, 4553 – Fax: (571) 3208320 ext. 4576  
spanishcourses@javeriana.edu.co / ena.ortiz@javeriana.edu.co  
www.javeriana.edu.co/centrolatino/