

# **Muchas sombras y pocas luces. La comercialización de las películas españolas durante la década de los noventa**

Por Txomin Ansola\*

## **1. Introducción**

La debilidad histórica del sector de la producción, con rango ya de enfermedad crónica, tiene en la atomización y descapitalización empresarial sus principales factores. El resultado de esta situación ha sido la permanente crisis estructural en que se mueve el cine español, aunque no siempre se ha manifestado con la misma intensidad ni con los mismos efectos.

Exponente de ello ha sido lo sucedido durante los años noventa, década que se puede dividir en dos etapas, de cinco años cada una, claramente diferenciadas. En la primera mitad asistimos a un claro retroceso del cine español, que situó la aceptación de los filmes nacionales en mínimos históricos. Mientras que en la segunda se dio una recuperación significativa de la actividad productora, que permitió pasar de las 41 películas de 1990 a las 82 de 1999.

No obstante, ambas comparten otro de los problemas que aquejan a la cinematografía española, como es el de la necesaria y adecuada comercialización de los filmes realizados cada año. Carencia más acusada desde que el éxito en las salas se ha convertido en el elemento clave para la revalorización de las películas en su posterior explotación en las ventanas videográficas y televisivas, y en las siempre necesarias ventas internacionales.

Panorama agravado por el control que sobre la distribución y la exhibición comenzaron a ejercer directamente las multinacionales estadounidenses durante la década de los noventa y la ausencia de empresas nacionales que les disputen esa primacía.

## **2. Crisis del espectáculo cinematográfico**

La trayectoria expansiva que dibuja el espectáculo cinematográfico en España, desde finales de la década de los cuarenta, alcanza su cenit durante 1966, cuando concurrieron 403 millones de espectadores a los 8.193 cines existentes. A partir de ese momento comienza una pérdida generalizada de público, que cuatro años después, en

---

\* Txomin Ansola es Doctor en Comunicación Audiovisual y Director de Ikusgaiak, Cuadernos de Cinematografía, editados por Eusko Ikaskuntza

1970, se había materializado en 73 millones de asistentes (17,92 por ciento). Una década más tarde, en 1980, alcanzaba los 228 millones (56,34 por ciento), y en 1990 el retroceso era ya de 314 millones de espectadores (77,76 por ciento)<sup>†</sup>. Secuencia que, de forma resumida, se puede seguir en el Cuadro 1.

<b>Cuadro 1</b>						
<b>Espectadores en España (1966-1999)</b>						
<b>Año</b>	<b>Películas españolas</b>	<b>Índice</b>	<b>Películas Extranjeras</b>	<b>Índice</b>	<b>Películas total</b>	<b>Índice</b>
1966	101.139.361	100	301.941.145	100	403.080.506	100
1968	123.311.599	121,92	253.326.344	83,89	376.637.943	93,44
1970	110.278.160	109,04	220.580.931	73,05	330.859.091	82,08
1971	97.175.576	96,07	198.128.814	65,78	295.298.786	73,20
1980	36.510.019	36,10	139.485.943	46,19	175.995.962	43,66
1989	6.637.903	6,56	78.693.231	26,06	85.331.134	21,17
1990	9.917.016	9,81	79.710.289	26,40	89.627.305	22,24
1991	9.161.849	9,06	75.751.200	25,09	84.913.049	21,07
1999	18.152.855	17,95	113.195.220	37,49	131.348.075	32,59

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

Esta importantísima regresión de la exhibición cinematográfica provocó el cierre de 6.420 salas (78,36 por ciento) y redujo su número hasta las 1.773 (21,64 por ciento). La crisis concluyó en 1991 con 85 millones de asistentes, iniciándose al año siguiente la recuperación de parte de su antiguo fulgor, que se prolongó durante toda la década de los noventa. Esta se concretó en un aumento de 47 millones de espectadores, que permitió llegar hasta los 131 millones de 1999, y superar, a su vez, los 121 millones de 1984.

La trayectoria de la frecuentación de las películas extranjeras discurre de forma paralela a la caída del espectáculo cinematográfico (Cuadro 1). Así, en 1966 con 301 millones de asistentes marcaba su mejor registro. Inicialmente, hasta 1970, la disminución fue de 81 millones (26,95 por ciento); en 1980 era de 160 millones (53,81 por ciento); y una década después, en 1990, llegaba hasta los 222 millones (73,60 por ciento).

El punto y final de esta pérdida de público se produjo también en 1991 con 75 millones de espectadores. El retorno a las salas fue una constante durante los años siguientes, creciendo su número en 37 millones de asistentes (49,43 por ciento), hasta

<sup>†</sup> Todos los datos que se ofrecen han sido elaborados a partir de la información que con carácter anual publica el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales en el *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores*.

los 113 millones de 1999. El retroceso del cine extranjero se situó en los 226 millones de espectadores (74,91 por ciento), de 301 a 75 millones. Siendo inferior en 4,02 puntos a lo acontecido con la exhibición cinematográfica, tomada globalmente, que disminuyó en 318 millones (78,93 por ciento), de 403 a 84 millones.

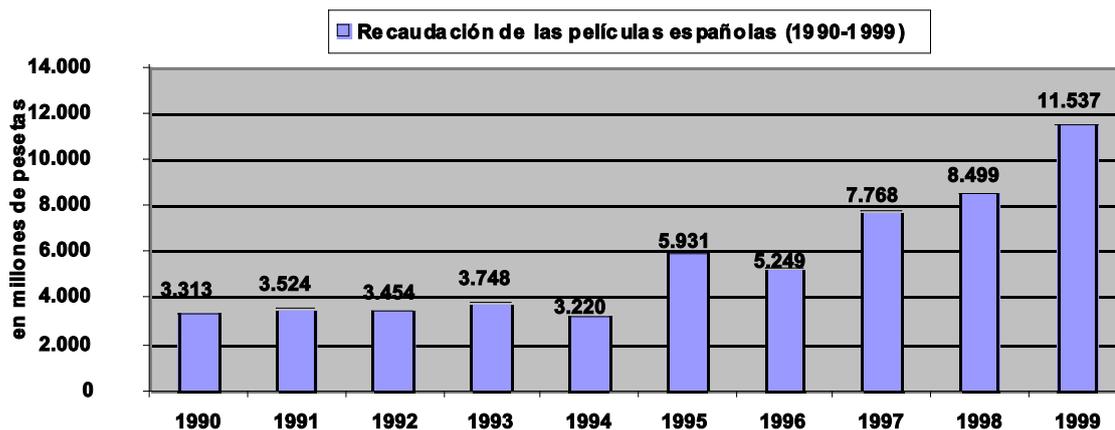
La pérdida de público del cine español presenta un perfil mucho más negativo (Cuadro 1), no obstante concluyó dos años antes, en 1989. El abandono de las salas se elevó hasta los 94,5 millones de espectadores (93,44 por ciento), pasando de 101 a 6,6 millones. Porcentaje que representaba una diferencia de 14,15 puntos en relación con la totalidad de los filmes exhibidos y de 18,53 puntos en comparación con las películas extranjeras.

En los primeros compases de la crisis del espectáculo cinematográfico los filmes españoles prosiguieron su ascenso hasta concitar su máxima aceptación en 1968, con 123 millones de espectadores. El repliegue comenzó en 1969, aunque no fue hasta 1971 cuando cayeron por debajo de los 101 millones, que se habían logrado en 1966. Comenzaba, de esta manera, una disminución sumamente importante, que redujo la asistencia a las películas españolas hasta los 36 millones de espectadores (63,90 por ciento) de 1980. El desplome se prolongó durante toda la década de los ochenta y llevó al cine español hasta los 6 millones (93,44 por ciento) de 1989, su cota más baja en la apreciación popular.

El cambio de tendencia llegó con los años noventa, aunque su trayectoria ascendente no fue uniforme, pues tras un aumento significativo en 1990, hasta los casi 10 millones de espectadores, le siguieron cuatro descensos consecutivos, que redujeron éstos a los 7 millones de 1994. Retomando la fase alcista en 1995, que posibilitó culminar la década con algo más 18 millones de asistentes, un incremento del 173,47 por ciento.

El crecimiento de los espectadores proporcionó, igualmente, una mejora de los ingresos, que desde 1982 no habían hecho otra cosa que retroceder, hasta situarse en los 2.240 millones de pesetas de 1989. El acrecentamiento de la recaudación fue lento, pues acumuló también varios retrocesos (Gráfico 1). Hubo que esperar, por tanto, hasta los 7.768 millones de pesetas de 1997 para poder superar los 6.283 millones que se habían alcanzado en 1982. Los incrementos producidos durante los dos últimos años de la década colocaron los ingresos de las películas españolas en los 11.537 millones de pesetas de 1999.

**Gráfico 1**



Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

### 3. Debilidad de la producción

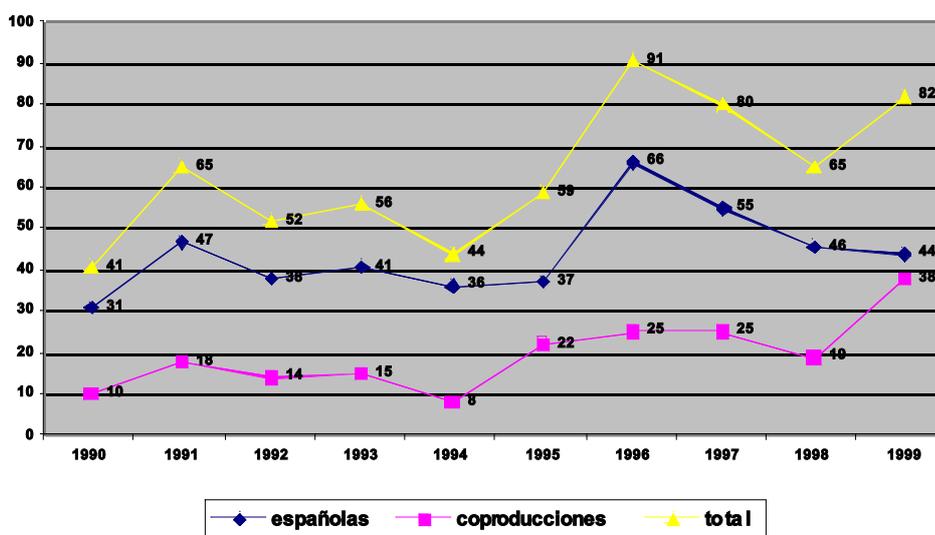
El aumento de la producción durante los noventa, cuya evolución se expone en el Gráfico 2, corrobora la recuperación innegable del cine español. No obstante conviene matizar su alcance, ya que se debe entender en función del nivel tan bajo hasta el que se había deslizado la aceptación de los filmes españoles.

La desmesura en el tratamiento en que han incurrido los medios de comunicación a la hora de valorar los buenos resultados obtenidos durante la segunda mitad de los noventa ha sido una constante. Se ha llegado a escribir que nos encontrábamos ante una edad de oro de la cinematografía española. Este estado de opinión reflejaba el grave desconocimiento que se tenía de la historia del cine español, tanto pasada como presente.

Un buen paradigma de ello nos lo proporcionaba la revista *Letra Internacional*: “Ha sido la estrella de nuestra cultura en los últimos 90. Todavía nos apabullan los logros de esta ‘gran esperanza blanca’ y nos sorprende el éxito internacional de nuestro cine, su todavía incipiente poder de convocatoria, sobre todo entre los jóvenes, y el vuelco que está dando a la exhibición de películas en España. Después de una larga época de penuria y crutero en la que, no obstante, brillaron figuras individuales, auténticos héroes de la falta de industria, nos encontramos ahora con que muchos directores se traen osos de Berlín, palmas de Venecia (sic), conchas de San Sebastián y óscars de Hollywood”<sup>‡</sup>.

<sup>‡</sup> “Cine español”, *Letra Internacional*, Madrid, núm. 58, septiembre-octubre de 1998, p. 23.

**Gráfico 2**  
**Películas producidas (1990-1999)**



Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

Ante un entusiasmo tan alejado de la realidad conviene reseñar que la cuota de mercado del cine español osciló, en ese marco temporal, entre el 9,27 por ciento de 1996 y el 13,98 por ciento de 1999. Si resultados tan modestos ha dado lugar a loas ditirámicas sin cuento, ¿qué se podría decir de esa misma cuota cuando se movió, durante todos los años setenta, entre el 28,33 por ciento de 1973 y el 29,76 por ciento de 1977?

Una lectura más detallada de lo que ha dado de sí la década de los noventa revela las profundas carencias que recorren la industria cinematográfica española. Entre éstas se encuentra su excesiva fragmentación, como pone de relieve las 332 productoras que ha intervenido en las 635 películas realizadas durante este periodo, lo que representa una media muy baja, de casi dos películas (1,91) por empresa activa.

Esta cifra pone al descubierto la debilidad del sector de la producción, condenado al subdesarrollo económico, dado el raquitismo de su tejido industrial, impidiendo de esta manera una actividad empresarial normalizada. Testimonio de ello se encuentra en las 206 productoras (62,05 por ciento) que solamente han participado en la filmación de una sola película durante toda la década.

El reverso a esta situación se encuentra entre el grupo que forman las productoras más activas. Aquellas que han rodado como mínimo diez películas (una al año). Formado por 15 empresas (4,52 por ciento) que han producido 293 filmes (46,14

por ciento). No es un todo homogéneo, ya que podemos establecer al menos dos subgrupos, el primero integrado por las cinco que han producido más de veinte películas: Sogetel/Sogecine (54), Lolafilms (32), Cartel (31), Tornasol (31) y Aurum (21); y el segundo formado por las diez que han intervenido entre diez y quince filmes: Enrique Cerezo (15), Fernando Colomo (15), Atrium (14), El Deseo (13), Central de Producciones Audiovisuales (12), Sogedasa (12), Alta (11), Iberoamericana Films International (11), Igeldo (11) y Origen Producciones Cinematográficas (10).

#### **4. Concentración de los ingresos**

El ascenso del cine español tiene en la segunda mitad de los noventa un punto de inflexión notable, cuando la recaudación creció significativamente de los 3.200 millones de pesetas de 1994 a los 11.537 millones de 1999. Este incremento de los ingresos no repercutió de la misma forma en el conjunto de la producción cinematográfica. Es más, solamente benefició a una minoría de películas, ya que se dio una concentración continuada de la taquilla en pocos títulos. Tendencia que no era nueva, pues resultados similares ya habían tenido lugar en la primera mitad de la década.

Los datos recogidos en el Cuadro 2 reflejan que la película que encabeza el ranking de las más vistas cada año logra una recaudación media del 14,83 por ciento (con un máximo del 21,46 por ciento en 1991 y un mínimo del 7,20 por ciento en 1996). Los cinco y los diez primeros filmes de la lista suman un 45,77 por ciento anual (con un máximo del 60,56 en 1990 y un mínimo del 29,01 en 1996) y el 64,20 por ciento (con un máximo del 73,97 en 1990 y un mínimo del 44,73 en 1996). Mientras que los quince y veinte primeros títulos alcanzan el 73,43 por ciento (con un máximo del 78,95 en 1990 y un mínimo del 56,62 en 1996) y el 79,53 por ciento (con un máximo del 83,12 en 1994 y un mínimo del 65,16 en 1996).

La acumulación de la recaudación en muy pocas películas, 200 (31,50%) sobre un total de 635, tiene también su inevitable correlato en los ingresos de las productoras. Segmento donde asistimos, igualmente, a un acaparamiento de éstos, tal y como se detalla en el Cuadro 3.

La relación de las productoras con más ingresos la lidera Sogetel/Sogecine, la más activa, con 6.525 millones de pesetas, que representan el 11,60 por ciento de la recaudación total. En segundo lugar se sitúa El Deseo, la empresa de Pedro Almodóvar, con 4.860 millones (8,64 por ciento). Seguida muy de cerca por Lolafilms con 4.806

millones (8,55 por ciento) y Rocabruno, aunque a más distancia, con 2.030 millones (3,61 por ciento), productoras a cuyo frente se encuentra Andrés Vicente Gómez.

<b>Cuadro 2</b>						
<b>Cuota de mercado de las películas españolas más taquilleras (1990-1999)</b>						
<b>Año</b>	<b>Título/Recaudación</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
1990	Aquí huele a muerto 482.748.698	16,42	60,56	73,97	78,95	81,83
1991	Tacones lejanos 729.949.800	21,46	51,62	71,50	78,64	82,97
1992	La conquista del paraíso 429.400.712	12,90	42,99	61,37	74,77	81,93
1993	Belle époque 625.963.230	17,62	49,38	63,84	72,25	78,18
1994	Todos los hombres sois iguales 410.796.230	13,25	47,29	66,81	76,97	83,12
1995	Two much 764.149.045	13,04	42,22	65,24	74,42	80,09
1996	Two much 369.038.778	7,20	29,01	44,73	56,62	65,16
1997	Airbag 1.152.298.241	15,07	44,69	63,86	73,49	80,19
1998	Torrente, el brazo tonto de la ley 1.706.150.244	21,34	51,53	68,48	76,25	81,13
1999	Todo sobre mi madre 1.220.699.779	10,58	38,13	59,94	72,65	80,05

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

En el quinto puesto tenemos a Tornasol con 1.840 millones (3,27 por ciento), encabezando a un grupo de diez productoras con una recaudación superior a los mil millones de pesetas. Entre ellas se encuentran Fernando Trueba en el sexto lugar (1.642 millones y 2,92 por ciento), Las Producciones del Escorpión en el décimo (1.274 millones y el 2,27 por ciento), y cerrando la relación, en el quince, Origen Producciones Cinematográficas (1.012 millones y el 1,80 por ciento).

Los ingresos de las cinco primeras empresas de este selecto cuadro representan 20.062 millones de pesetas (35,67 por ciento), los de las diez primeras llegan a los 27.344 millones (48,89 por ciento) y los de las quince primeras alcanzan los 32.536 millones (56,32 por ciento). Estos datos describen de forma elocuente la situación del cine español, así quince productoras (4,52 por ciento) suman más de la mitad de la recaudación, mientras que 317 (95,48 por ciento) tienen que dividirse 23.712 millones (43,68 por ciento).

<b>Cuadro 3</b>				
<b>Ranking de las productoras españolas (1990-1999)</b>				
	<b>Productora</b>	<b>Películas</b>	<b>Recaudación</b>	<b>%</b>
1	Sogetel/Sogecine	54	6.525.144.122	11,60
2	El Deseo	13	4.860.214.377	8,64
3	Lolafilms	32	4.806.609.099	8,55
4	Rocabruno	7	2.030.003.599	3,61
5	Tornasol	31	1.840.767.759	3,27
6	Fernando Trueba	9	1.642.561.494	2,92
7	Aurum	21	1.514.362.893	2,69
8	Iberoamericana	11	1.502.242.574	2,67
9	Cartel	31	1.348.364.573	2,67
10	Las Producciones del Escorpión	3	1.274.496.908	2,27
11	Elías Querejeta	8	1.113.357.220	1,98
12	Atrium	14	1.028.986.299	1,83
13	Producciones ASH	6	1.023.144.008	1,82
14	Boca Boca	7	1.013.543.751	1,80
15	Origen PC	10	1.012.407.358	1,80

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

Esta distribución de la recaudación convierte a la producción cinematográfica en una actividad económica de alto riesgo. La incertidumbre ante el éxito o el fracaso, una de las características más relevantes del sector, se dispara hasta niveles muy peligrosos si previamente no se aquilatan en todos los extremos las diferentes variables que hay que conjugar a la hora de emprender cualquier proyecto. Una estrategia empresarial que con demasiada frecuencia no se tiene en cuenta, ya que es muy habitual no evaluar los pros y los contras que supone producir una película, para evitar en la medida de lo posible que el fracaso no asome de manera inevitable al final del proceso de producción.

En este sentido se puede apuntar la ausencia de una ajustada correlación entre los objetivos que se quieren lograr y los medios económicos disponibles. La tradicional descapitalización del cine español y la falta de recursos propios, con que se acometen muchos proyectos cinematográficos, convierten la realización de un filme en una carrera de obstáculos, con desenlaces letales en demasiadas ocasiones.

Esta dinámica de trabajo lleva a centrar todo el esfuerzo en la búsqueda de la ansiada financiación de la película, pensando de forma errónea que ese es el objetivo principal a conseguir. Descuidando, o no teniendo en cuenta, la comercialización del filme y ligada a ella de manera indisoluble la necesaria amortización de la inversión realizada.

Estamos, por tanto, ante una cuestión básica si se aspira a permanecer en un negocio que tienta a demasiados. Muchos de los cuales no terminan de comprender su verdadera naturaleza económica. Sujeta a una lógica implacable, común a toda empresa,

como es la obtención de beneficios, sin los cuales una actividad empresarial, y el cine lo es por encima de cualquier otra consideración, no puede perdurar en el tiempo.

Por ello en la producción cinematográfica, donde los desembolsos económicos son importantes y el retorno del dinero fluye de forma lenta, siempre cuando tenga lugar, abundan los fracasos cada año. Provocando que un amplio número de empresas no pasen de la primera película, prueba elocuente de esta dura criba son las 206 empresas, que únicamente han llegado a producir un filme durante la década de los noventa. Sobre esta cuestión hablaba el director y productor Emilio Martínez-Lázaro: “En el cine este tipo de situaciones son cíclicas: de repente hay muchísimas películas y otro año no es así. Hay que tener en cuenta que en el cine siempre hay un dinero que no es muy profesional, que proviene de una serie de gente que le hace ilusión producir una película y que tiene medios económicos para permitirse ese tipo de aventuras. El cine es una especie de sumidero de dinero flotante, de gente que lo pierde y no parece pasar nada”<sup>§</sup>.

## **5. Predominio de las multinacionales**

La comercialización de las películas tiene en la distribución, nexo de unión entre la producción y la exhibición, el factor clave que determina su resultado económico, abriendo o cerrando su trayectoria comercial. No se debe olvidar que la proyección en las salas constituye la rampa de lanzamiento fundamental para todos los filmes. Es el primer peldaño en el que se deben apoyar, y superar con nota, para comenzar la recuperación de la inversión.

De los resultados que se obtengan en los cines, de ahí la importancia que éstos tienen, dependerá el valor comercial que alcancen las películas en las ventanas videográficas y televisivas, y consecuentemente los ingresos que se generen en ambas. De hecho, en los contratos de televisión se suele establecer una cantidad fija por los derechos de antena, que se incrementa en una cuantía mayor o menor, según unos tramos definidos previamente, en función de la recaudación que se consiga en las salas.

Está contribuye, igualmente, a establecer el monto de la cuantía económica de las ayudas estatales, al estar vinculadas con los resultados brutos que se logren en taquilla. Durante la década de los noventa el tope de la subvención, por este concepto,

---

<sup>§</sup> Intxausti, Aurora (2002): “Entrevista a Emilio Martínez-Lázaro”, *El País*, Madrid, 27 de diciembre, p. 35.

osciló entre los 200 millones que se fijaron en noviembre 1989\*\* y los 150 millones que se establecieron a partir de agosto de 1997†.

El éxito en los cines sirve, también, para generar las necesarias expectativas comerciales favorables desde las que abordar los futuros proyectos, facilitando las vías de financiación y comercialización que se pueden abrir tras el mismo. En definitiva, una cuidada distribución es, por tanto, un elemento básico que determinará en buena medida los ingresos totales que obtenga toda película.

Las productoras españolas, tanto las más activas como las menos activas, tienen que enfrentarse a un reto común: la venta adecuada de sus películas. La principal, si es que en se pueden establecer jerarquías, asignatura pendiente a la que se enfrenta el cine español. Pues de muy poco sirve producir más o menos películas cada año sino se logra que lleguen a las pantallas de los cines en las mejores condiciones (algunas ni siquiera lo consiguen), y que su estreno no sea un visto o no visto, como sucede para la mayoría de ellas. Hipotecando de esta manera los resultados económicos en el resto de las ventanas e impidiendo, por tanto, que se genere el dinero necesario con el que abordar nuevos proyectos.

La dificultad de una explotación normalizada, debido a la carencia habitual, por parte de las productoras, de los recursos con que encarar el capítulo de la publicidad y las copias, se ve agravada por la posición dominante de las distribuidoras estadounidenses que operan en el mercado español. En la década de los noventa, este escenario cinematográfico preocupante ha registrado el reforzamiento del papel de las multinacionales en el sector de la distribución, terreno donde han desplazado a sus socios locales en la comercialización de sus películas.

A ello se ha sumado la centralización de sus actividades en Madrid, para lo que han procedido a cerrar las delegaciones o prescindir de las sucursales o agencias con las que contaban para cada zona del territorio estatal. Ambas decisiones, que podemos considerar como fundamentales para sus intereses, han contribuido a incrementar su poder de negociación con el sector de la exhibición, limitando la función de éste a ser un mero escaparate de la explotación intensiva de las producciones estadounidenses. Estrategia en la que han colaborado otras distribuidoras españolas (Tripictures, Aurum Producciones, Lauren, Sogepaq, Sogedasa), que nutren sus listas, mayoritariamente, cada año con los filmes manufacturados en Hollywood.

---

\*\* Real Decreto 1282, de 28 de agosto de 1989 (BOE, 28 de noviembre de 1989).

El control que ejercen las filiales de los grandes estudios estadounidenses sobre el mercado cinematográfico español es un hecho evidente, que no se puede negar, pero que no se forjó de un día para otro, sino que es la culminación de un proceso dilatado en el tiempo. Por lo que cabe interrogarse cuál ha sido el rol que han desempeñado en la distribución de las películas españolas durante los años noventa y que resultados han obtenido con las mismas.

Las distribuidoras multinacionales han comercializado 249 películas (39,21 por ciento), de un total de 635 producidas; las distribuidoras españolas se han hecho cargo de 339 (53,39 por ciento); mientras que las 47 restantes (7,40 por ciento) no han contado con distribuidora. En cuanto a los 56.247 millones de pesetas generados por el cine español indicar que 30.844 millones (54,84 por ciento) correspondieron a las multinacionales y 25.043 millones (45,16 por ciento) a las empresas españolas.

Surge así una primera constatación, las multinacionales no se han limitado a distribuir películas españolas, algo a lo que la legislación cinematográfica las obligaba<sup>\*\*</sup> si querían distribuir sus propias cintas, sino que han obtenido mejores resultados que las distribuidoras españolas. Además los han logrado con seis empresas frente a la amplia nómina de las españolas que han desempeñado la misma función.

Centrándonos ahora en los ingresos de las diez principales distribuidoras (Cuadro 4), que han recaudado 47.754 millones de pesetas (84,90 por ciento), podemos observar que el ranking aparece encabezado por la multinacional Columbia Tri-Star. Ocupando lugares destacados otras multinacionales: United International Pictures (UIP) (2), Warner Española (4), Warner Sogefilms (5) e Hispano Foxfilms (10). La única que ha quedado fuera ha sido Buena Vista, que ha logrado 757 millones de pesetas (1,45 por

---

<sup>\*\*</sup>Real Decreto 1282, de 27 de junio de 1997 (BOE, 14 de agosto de 1997).

<sup>\*\*</sup> La cuota de distribución a comienzos de la década contemplaba la concesión de cuatro licencias: la primera al iniciarse el rodaje de una película española contratada; la segunda cuando la película hubiera recaudado 30 millones de pesetas, la tercera al llegar a los 60 millones y la cuarta cuando los ingresos alcanzasen los 100 millones de pesetas. La equiparación de las películas comunitarias con las españolas establece obliga a modificar la legislación, fijándose, mediante el Real Decreto-Ley 19 / de 10 de diciembre de 1993 (BOE, 11 de diciembre de 1993), un máximo de dos películas por cada película comunitaria contratada: la primera cuando consiga 20 millones de pesetas brutas y la segunda a los 50 millones. Tras llegar al poder el Partido Popular aprueba el Real Decreto 81 / de 24 de enero de 1997 (BOE, 22 de febrero de 1997) por el que se ampliaba hasta tres el número de licencias y se reduce las cantidades a recaudar por las películas comunitarias. La primera se consigue con una recaudación bruta de 10 millones de pesetas, la segunda con 20 millones y la tercera con 30 millones.

ciento) con 14 películas, que se ha situado en el puesto trece. Entre las seis totalizan 30.844 millones de pesetas (55,78 por ciento).

La primera distribuidora española es Alta Films, que ocupa el tercer puesto, mientras que entre el seis y el nueve se sitúan Sogepap Distribución, Lolafilms, Laurenfilm y Líder/Aurum. Entre las cinco suman 17.668 millones de pesetas, lo que supone el 32,42 por ciento del conjunto de los ingresos totales y el 69,55 por ciento de lo obtenido por las distribuidoras españolas. Estamos ante una nueva evidencia de la concentración de los ingresos que se produce en el cine español.

Excepto Alta Films y Lolafilms, el resto de las distribuidoras nacionales de la lista, nutren el grueso de sus ingresos con películas provenientes de Estados Unidos, por lo que su viabilidad como empresas esta sujeta a que mantengan sus contratos de distribución vigentes o que consigan otros nuevos.

<b>Cuadro 4</b>				
<b>Ranking de las distribuidoras de cine español (1990-1999)</b>				
	<b>Distribuidora</b>	<b>Películas</b>	<b>Recaudación</b>	<b>%</b>
1	Columbia Tri-Star	89	10.115.469.958	18,58
2	UIP	87	8.079.498.743	14,86
3	Alta Films	78	7.055.896.862	12,95
4	Warner Española	36	5.636.491.562	10,34
5	Warner Sogefilms	16	4.871.241.864	8,94
6	Sogepaq Distribución	20	4.621.115.571	8,48
7	Lolafilms	8	2.706.435.344	4,97
8	Laurenfilm	35	1.797.932.909	3,30
9	Lider/Aurum	18	1.486.436.703	2,72
10	Hispano Foxfilms	7	1.384.385.058	2,54

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. Elaboración propia.

El papel destacado que han jugado las multinacionales estadounidenses en la comercialización de las películas españolas tuvo una incidencia todavía mayor en la primera mitad de los noventa, cuando los filmes que distribuían alcanzaron unos ingresos medios del 73,91 por ciento (oscilando entre el 84,52 por ciento de 1994 y el 62,17 por ciento de 1990). Durante la segunda mitad ese porcentaje se redujo de forma sustancial hasta el 48,06 por ciento (basculando entre el 59,20 por ciento de 1997 y el 35,28 por ciento de 1996).

Es importante anotar, también, que en el conjunto de los ingresos totales que recaudan las multinacionales los títulos españoles representan unas cantidades muy pequeñas. No obstante en términos porcentuales son ligeramente superiores (60,99 por ciento) a los que obtuvieron las películas extranjeras (58,29 por ciento). En la primera

mitad de los noventa consiguieron el 56,86 por ciento (17,05 puntos menos), fluctuando entre el 63,79 por ciento en 1994 y el 50,40 por ciento en 1991; invirtiéndose el porcentaje en la segunda mitad, ya que la media se situó en el 59,72 por ciento (11,66 puntos más), moviéndose entre el 69,31 por ciento de 1999 y el 43,06 por ciento de 1996.

La diferencia de resultados alcanzados por las multinacionales, entre la primera y la segunda parte de la década, tiene que ver con el papel relevante que comenzaron a jugar algunas distribuidoras españolas en la comercialización de los filmes españoles y los importantes resultados que obtuvieron con ellos. Así, mientras el liderazgo, entre 1990 y 1994, fue absoluto para las multinacionales estadounidenses (destacando el primer puesto que logró UIP en 1990, 1992 y 1993), a partir de 1995 el buen posicionamiento de las empresas españolas las llevó a encabezar la recaudación en 1996 (Sogepaq Distribución)<sup>§§</sup> y 1997 (Alta Films), y a situarse ambas empresas en los puestos de cabeza de forma permanente.

## **6. Conclusiones**

La precariedad de la producción cinematográfica española y la permanente situación de crisis en la que desarrolla su actividad es la consecuencia natural de la falta de recursos propios de la mayoría de las empresas. Estas incapaces de afrontar una actividad continuada se ven obligadas a centrar todos sus esfuerzos en la búsqueda de financiación para cada proyecto en concreto. La focalización de todas las energías en esa única dirección les impide, de manera reiterada, enfrentar activamente la comercialización de los filmes realizados, con los resultados negativos ya señalados.

Esta carencia notable del cine español, ya que una vez más no se dispone de los recursos financieros para abordar la misma de manera eficiente, se intenta enmascarar por los productores acusando a las multinacionales estadounidenses de impedir que las películas se estrenen en unas condiciones dignas, condicionando por ello la falta de rentabilidad de las películas españolas. La imputación suele subir de tono ante situaciones coyunturales, como la bajada de cuota de mercado en un año o ante el

---

<sup>§§</sup> El papel de Sogepaq Distribución ha sido más limitado, ya que era una empresa formada, al 50 por ciento, por Sogepaq y Polygram, aunque la distribución de sus películas se hacía mediante Warner Española. Esta renuncia a la comercialización directa de sus filmes no era una estrategia comercial nueva, ya que recurrieron a ella Araba Films e Iberoamericana Films, encargando idéntica función a UIP. Tras poner fin a su alianza con Polygram, Sogepaq llegó a

estreno masivo de algún mega éxito estadounidense. Hablándose en ese momento de que el mercado cinematográfico español es un mercado cautivo<sup>\*\*\*</sup>, controlado por las distribuidoras estadounidenses.

El problema ante el que tienen que enfrentarse las películas españolas es real, como pone de manifiesto los resultados que obtuvieron las multinacionales estadounidenses en las taquillas de los cines durante la década de los noventa. Estas lograron una cuota media de mercado del 58,29 por ciento (con un mínimo del 43,06 por ciento en 1996 y un máximo del 69,72 por ciento en 1998). Porcentaje que se incrementa hasta el 72,60 por ciento (con un mínimo del 64,22 en 1999 y un máximo del 78,51 en 1988) si contabilizamos la totalidad de los ingresos que alcanzaron las películas estadounidenses.

La acusación carece de base cuando hace responsables de los males que aquejan al cine español a las multinacionales, y a continuación actúan como señalaba el consejero delegado de la distribuidora Lauren Films, Antonio Llorens: “Y es que los productores españoles, cuando tienen una buena película, la ponen directamente en manos de las distribuidoras multinacionales de Estados Unidos”<sup>†††</sup>.

Una decisión lógica con los intereses particulares de cada productor que intenta sacar el máximo rendimiento económico a su película. Aunque no resulta coherente con los reiterados pronunciamientos de la patronal del sector, la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles, y de las manifestaciones que realizan muchos productores, que luego actúan en el sentido contrario de lo que declaran públicamente<sup>†††</sup>.

Las quejas continuas de los productores, que están viciadas de raíz, se convierten así en palabras vacuas, cuyo destinatario último, y real, son las autoridades cinematográficas. De las que se pretende lograr mayores ayudas estatales a la producción y una limitación en la importación de las películas estadounidenses.

---

un acuerdo con Warner Bros para la constitución de la empresa Warner Sogefilms, bajo la fórmula jurídica de Agrupación de Interés Económico.

<sup>\*\*\*</sup> En ese sentido se pronunciaba Eduardo Campoy, presidente de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE). Véase Lucas, Antonio (2002): “Los productores lamentan que el cine español sea ‘una industria cautiva’”, *El Mundo*, Madrid, 30 de enero, p. 48.

<sup>†††</sup> García, Ernesto (2000): “Entrevista con Antonio Llorens”, *El Periódico del Festival de la 4ª Primavera Cinematográfica de Lorca*, Lorca, p. 26.

<sup>†††</sup> Uno de los casos más llamativos es el del productor Andrés Vicente Gómez que decidió crear la distribuidora, Lolafilms Distribución, para comercializar las películas producidas por Lolafilms. Tras varios años de actividad ha optado, como ya lo hiciera anteriormente con Iberoamericana, por UIP para que asuma la distribución de sus filmes

Olvidando de manera interesada en que medida han contribuido ellos a forjar esta situación tanto con una palabrería vana como con las películas que han producido.

Es más fácil echar las culpas de los propios actos a los demás (en este caso a las multinacionales estadounidenses), en vez de asumir la responsabilidad que tienen los productores en la configuración del mapa cinematográfico actual. Eludiendo que el principal reto al que se debe enfrentar la cinematografía española es la producción y la comercialización de películas que interesen a la gente. Para lo que se debe constituir un entramado productivo y de distribución autóctono que responda a los interés de una industria cinematográfica española que merezca tal nombre. La excepción sería Alta Films, que ha logrado estar presente en todo el proceso industrial, de la producción a la exhibición, pasando por la distribución.

Este no es, de todas formas, el único desafío, ya que las multinacionales han extendido su campo de acción a la exhibición<sup>sss</sup>. Así Columbia, UIP, y Warner Sogefilms disponen de su propia red de salas, dándose además la confluencia de intereses entre las dos últimas, al pasar Cinesa, la filial de UIP, a encargarse de la programación de las salas de Warner Lusomundo Sogegable, empresa ligada a Warner Sogefilms.

En definitiva de la misma manera que las multinacionales hicieron de la necesidad de distribuir películas españolas (comunitarias también a partir del 11 de diciembre de 1993), una virtud (si querían distribuir sus propias películas) y negocio, como hemos reflejado anteriormente, el cine español tendría que hacer de la necesidad de reconquistar su propio mercado la guía que presidiera su actuación. Antes el sector debería acometer una profunda reestructuración y reflexión para determinar las causas que llevaron a las películas españolas ante la cota tan baja de apreciación popular durante la primera mitad de los noventa y la moderada recuperación que se produjo en los años siguientes.

## BIBLIOGRAFÍA

AA. VV. : (1991): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1990*, Madrid: Ministerio de Cultura.

AA. VV. : (1992): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1991*, Madrid, Ministerio de Cultura.

AA. VV. : (1993): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1992*, Madrid: Ministerio de Cultura.

AA. VV. : (1994): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1993*, Madrid: Ministerio de Cultura.

AA. VV. : (1995): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1994*, Madrid: Ministerio de Cultura.

AA. VV. : (1996): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1995*, Madrid: Ministerio de Cultura, Educación y Deporte.

AA. VV. : (1997): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1996*, Madrid: Ministerio de Cultura, Educación y Deporte.

AA. VV. : (1998): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1997*, Madrid: Ministerio de Cultura, Educación y Deporte.

AA. VV. : (1999): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1998*, Madrid: Ministerio de Cultura, Educación y Deporte.

AA. VV. : (2000): *Boletín Informativo, Anexo Cultura en Cifras, Películas, Recaudaciones y Espectadores, 1999*, Madrid: Ministerio de Cultura, Educación y Deporte.

AA. VV. (1994): *La industria cinematográfica*, Situación, Bilbao, núm. 3;

Alonso García, L. (Coordinación) (2003): *Once miradas sobre la crisis y el cine español*, Madrid, Ocho y Media, Asociación Española de Historiadores del Cine.

---

§§§ El próximo paso es la producción, para el que ya están ultimando la puesta en marcha de sus

Álvarez Monzoncillo, J. M. (Dirección) (1993): *La industria cinematográfica en España (1980-1991)*, Madrid, Fundesco, Ministerio de Cultura;

Bustamante, E. y Zallo, R. (coords.) (1988): *Las Industrias culturales en España: (grupos multimedia y transnacionales) : prensa, radio, TV, libro, cine, disco, publicidad*, Madrid, Akal.

Cuevas, A. (1999): *Economía cinematográfica : la producción y el comercio de películas*, Madrid, Cía. Audiovisual Imaginógrafo, 1999

Fernández Blanco, V. (1998): *El cine y su público en España : un análisis económico*, Madrid, Fundación Autor.

García Fernández, E. C. (1992): *El cine español contemporáneo*, Madrid, Centro de Investigaciones Literarias Españolas e Hispanoamericanas

Gómez B. De Castro, R. (1992): *La producción cinematográfica española. De la transición a la democracia (1976-1986)*, Bilbao, Mensajero.

Herdero, C. F., Santamarina, A. (2002): *Semillas de futuro : cine español 1990-2001*, Madrid, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.