

TESIS DOCTORAL

**SATURNINO ULARGUI Y LA DISTRIBUCIÓN
CINEMATOGRAFICA EN EL CONTEXTO DE LA
II REPÚBLICA ESPAÑOLA**



**UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA**

DEPARTAMENTO DE HISTORIA DEL ARTE – BELLAS ARTES

Autor: SAMUEL MONTES IBARS

Director: FERNANDO B. GONZÁLEZ GARCÍA

Salamanca, 2017

SATURNINO ULARGUI Y LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL CONTEXTO DE LA II REPÚBLICA ESPAÑOLA

INTRODUCCIÓN

Los ejes temáticos.....	11
Principales hipótesis.....	12
Objetivos.....	14
Metodología.....	15
Estructura de la tesis.....	18

PARTE I. LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA DURANTE LA SEGUNDA REPÚBLICA

1. LA EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA ENTRE 1896 Y 1930.....	21
1.1. La «inexistencia» del sector de la distribución (1896-1905).....	22
1.2. Consolidación y desarrollo del sector de la distribución (1905-1914).....	24
1.3. Expectativas comerciales y fracasos en torno a la I Guerra Mundial (1914- 1923).....	26
1.4. La distribución durante la Dictadura de Miguel Primo de Rivera (1923 - 1930).....	30

2. LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA DURANTE LA II REPUBLICA ESPAÑOLA (1931 - 1936)	36
2.1. La proclamación de la II República	36
2.1.1. <u>Consideraciones previas</u>	36
2.1.2. <u>Antecedentes de la II República</u>	37
2.1.3. <u>Gobierno provisional y Constitución de 1931</u>	38
2.1.4. <u>Bienio social-azañista</u>	39
2.1.5. <u>Bienio radical-cedista</u>	40
2.1.6. <u>Frente Popular y sublevación militar</u>	41
2.1.7. <u>La II República y la cultura</u>	43
2.2. El advenimiento del cine sonoro	44
2.3. El mercado cinematográfico en la España republicana	49
2.3.1. <u>Las empresas de distribución cinematográfica activas entre 1931 y 1936</u>	49
2.3.2. <u>Las empresas de distribución cinematográficas extranjeras</u>	55
2.3.3. <u>Las empresas de distribución cinematográfica españolas</u>	65
2.3.4. <u>Entorno comercial</u>	77
2.3.5. <u>El papel de las casas distribuidoras en el desarrollo de la producción nacional. De la distribución a la producción</u>	88
2.3.6. <u>La distribución cinematográfica en cifras</u>	98

PARTE II. SATURNINO ULARGUI EN EL CONTEXTO CINEMATOGRAFICO DE LA II REPUBLICA: Productor y distribuidor español; productor y distribuidor europeo

3. LOS PRIMEROS AÑOS DE SATURNINO ULARGUI	115
3.1. El origen familiar de Saturnino Ulargui y su formación académica	115
3.2. Los inicios de Saturnino Ulargui en la industria cinematográfica española	118
3.3. Material cinematográfico distribuido por Saturnino Ulargui (1926-1931)	125
3.4. Saturnino Ulargui como productor: La canción del día / Spanish Eyes	131

4. SATURNINO ULARGUI EN EL CONTEXTO COMERCIAL CINEMATOGRAFICO DE LA II REPUBLICA.....	140
4.1 Saturnino Ulargui: distribuidor de material cinematográfico.....	141
<u>4.1.1 La red comercial de Saturnino Ulargui entre 1931 y 1936.....</u>	141
4.1.1.1 Información logística.....	141
4.1.1.2 La creación de Ufilms.....	146
4.1.1.3 Material cinematográfico distribuido por Saturnino Ulargui.....	148
<u>4.1.2 La posición comercial de U-Films.....</u>	161
4.1.2.1 La distribución de películas de estreno.....	161
4.1.2.2 Las estadísticas comerciales de U-Films.....	167
4.2 Saturnino Ulargui: productor de films.....	173
<u>4.2.1 Madrid y La Romería del Rocío.....</u>	174
<u>4.2.2 Vidas rotas.....</u>	176
<u>4.2.3 El malvado carabel.....</u>	182
<u>4.2.5 María de la O.....</u>	188
4.3 Otras actividades.....	200
<u>4.3.1 Exhibición.....</u>	200
<u>4.3.2 Doblaje.....</u>	203
<u>4.3.3 Publicidad.....</u>	205
<u>4.3.4 Arquitectura.....</u>	214
<u>4.3.5 Política.....</u>	218
<u>4.3.6 Otras informaciones.....</u>	220
4.3.6.1 Noticias de interés sobre Saturnino Ulargui.....	220
4.3.6.2 Pedidos de cine. Los entresijos del negocio de la distribución cinematográfica.....	224

5. LA ACTIVIDAD DE SATURNINO ULARGUI DESPUÉS DE LA II REPÚBLICA.....	226
5.1. Saturnino Ulargui durante la Guerra Civil.....	227
<u>5.1.1. Posicionamiento político.....</u>	<u>227</u>
<u>5.1.2. La actividad distribuidora de Saturnino Ulargui.....</u>	<u>228</u>
<u>5.1.3. La producción cinematográfica de Saturnino Ulargui.....</u>	<u>233</u>
5.1.3.1. Producción en colaboración con Alemania.....	234
5.1.3.1.1. <i>El barbero de Sevilla / Der Barbier von Seville</i>	238
5.1.3.1.2. <i>Suspiros de España / Sehnsucht nach Spanien</i>	239
5.1.3.2. Producción en colaboración con Italia.....	241
5.1.3.2.1. <i>Los hijos de la noche / I figli della notte</i>	243
<u>5.1.4. Otras actividades.....</u>	<u>246</u>
5.2. Saturnino Ulargui durante los primeros años del Franquismo.....	247
<u>5.2.1 Ufilms distribuidora de películas. Ufisa productora de films.....</u>	<u>249</u>
<u>5.2.2. Las producciones de Ulargui.....</u>	<u>253</u>
5.2.2.1. Coproducciones con Italia.....	253
5.2.2.2. Producciones españolas.....	263
5.2.2.2.1. Largometrajes.....	264
5.2.2.2.2. Cortometrajes.....	268
<u>5.2.3. Otras actividades.....</u>	<u>270</u>
<u>5.2.4. Declive del negocio cinematográfico.....</u>	<u>273</u>

CONCLUSIONES.....	275
BIBLIOGRAFÍA.....	285
ANEXO I. Listado de empresas distribuidoras activas entre 1931 y 1936.....	300
ANEXO II. Películas distribuidas por Saturnino Ulargui (1926-1936).....	401
ANEXO III. Imágenes.....	422
ANEXO IV. Documentación.....	464

AGRADECIMIENTOS

Quisiera empezar dando las gracias a Fernando González, cuya guía y dirección han hecho posible la confección de esta tesis, desde la elección del tema hasta las últimas correcciones.

A todos aquellos profesores que me han prestado su ayuda y sus conocimientos. También a todas las instituciones que custodian la memoria del cine español, particularmente a la Filmoteca Española de Madrid y a sus trabajadores.

A todos los trabajadores que resisten bajo condiciones laborales precarias en España, en especial a los estudiantes de doctorado e investigadores que desarrollamos nuestro trabajo incansablemente.

A Irene, porque sin tu apoyo no hubiese llegado al final.

A mi madre, María José, por ser mi mayor ejemplo.

A mi padre, Javier, por enseñarme cosas que no se aprenden en los libros.

A mis abuelos, Juan Antonio y Maximino, por ser mis referentes.

A mis abuelas, Rosario y Ana Mari, por todo lo que han hecho por mí.

A todos aquellos familiares que han formado parte de mi educación: Charo, Nicolás, David, Óscar y Esther.

A mis mejores amigos: Álvaro, Rubén, Pablo, Enrique, Jonás y Jose.

INTRODUCCIÓN

Los ejes temáticos

El presente estudio está dedicado a una de las personalidades más singulares del cine español del segundo cuarto de siglo XX: Saturnino Ulargui. Este empresario cinematográfico nacido en Logroño ha sido objeto de numerosas menciones en trabajos monográficos sobre la Historia del cine español, incluso se han llegado a dedicar diversos artículos a su figura, especialmente a su faceta de productor de films. Sin embargo, las referencias que se han hecho de él han sido superficiales si tenemos en cuenta la importancia y la particularidad que adquiere su figura dentro del cine español.

La investigación que se ha llevado a cabo se focaliza durante el gobierno de la II República Española (1931-1936). Es de sobra conocido el desarrollo que experimentó el cine español entre 1932 y 1936, un periodo en el que se sentaron las bases para la creación de una auténtica industria del cine. En 1932 Saturnino Ulargui fundó su empresa cinematográfica Ufilms e inició una política empresarial que le llevó a consolidarse como uno de los referentes de la industria española, junto con las emblemáticas productoras Cifesa y Filmófono. A modo de contextualización y para una mejor comprensión de la actividad comercial de Ulargui, se efectúa un breve repaso, entre los años 1894 y 1921, a sus orígenes familiares y su formación como arquitecto. También se abordan sus primeros contactos con la industria cinematográfica y sus proyectos iniciales entre 1924 y 1931. Para finalizar, se ha llevado a cabo una mención de su actividad tras el golpe de Estado militar del 18 de julio de 1936, desde su política de coproducciones con las potencias del eje durante la Guerra Civil (1936-1939) y el primer lustro de los años cuarenta, hasta la entrada de su empresa en las listas negras de Estados Unidos en los años cuarenta, pasando por su actividad como productor en los primeros años del franquismo.

Saturnino Ulargui comenzó su andadura en el mundo de la cinematografía como distribuidor de films, siendo introductor de los productos cinematográficos de la firma alemana Universum Film AG (UFA). Por tanto, el estudio de la carrera de Ulargui en la II República no se entiende si no va acompañado de un análisis del funcionamiento de la distribución cinematográfica entre 1931 y 1936. Así como la producción y la exhibición son dos ramas de la industria que han sido objeto de estudios minuciosos, las investigaciones sobre la distribución son más bien escasas. En esta tesis doctoral se

incluye un estudio detallado del mercado cinematográfico español en los años del régimen republicano, el cual sirve como marco de referencia para integrar la empresa de Ulargui y posicionar su figura en la industria cinematográfica española. Al igual que sucede con el seguimiento de las actividades del riojano, se torna necesario un breve repaso del funcionamiento de la distribución cinematográfica desde que el cine llegó a nuestro país en 1898 hasta el periodo republicano. De este modo, se contextualiza una actividad comercial que fue fundamental en el desarrollo de la producción fílmica española de los años treinta.

En resumen, en este estudio vamos a encontrar dos ejes temáticos centrales:

- La distribución cinematográfica en España durante la II República.
- La actividad cinematográfica de Saturnino Ulargui entre 1931 y 1936.

A esto hay que sumar la contextualización de ambos temas, dando como resultado dos líneas de estudio auxiliares:

- La evolución del sector de la distribución cinematográfica entre 1898 y 1930.
- Los inicios de Saturnino Ulargui en la industria cinematográfica y su actividad tras el golpe de Estado del 18 de julio de 1936.

Principales hipótesis

En cuanto al estudio de la distribución cinematográfica, la presente tesis doctoral plantea esta actividad empresarial como una de las más rentables y seguras dentro de la industria. Prueba de ello sería el continuo crecimiento que experimentan este tipo de firmas, especialmente a partir de 1932. Además, se analiza la atomización del mercado español y la importancia de las conexiones entre diferentes empresas de distribución. De hecho, una de las bases de este negocio en la España republicana fueron las relaciones comerciales que se establecieron entre las casas de distribución de mayor envergadura y las pequeñas firmas regionales que gestionaban empresarios locales.

Sin embargo, la idea fundamental en torno a las casas de distribución y sus propietarios ha sido reflejar su condición de promotores activos del desarrollo de la producción

española. Muchos de estos empresarios dedicados al alquiler y la venta de material fílmico se lanzaron a la realización de películas españolas, aportando sus capitales y su esfuerzo personal a la producción de cine nacional. Este el caso de Saturnino Ulargui, cuya labor como productor viene precedida de su actividad como distribuidor de cine. Existen numerosos ejemplos de importantes empresas productoras activas durante la Segunda República que fueron en un primer momento distribuidoras, como las ya mencionadas Cifesa o Filmófono, además de otras firmas menos conocidas como Atlantic Films o Exclusivas Diana.

La última valoración que se hace en torno a las empresas de distribución españolas es que, a pesar de ser muy superiores en número y adquirir un volumen de rentabilidad económica más que evidente, la supremacía de las filiales españolas de las *majors* norteamericanas en el mercado español fue una realidad. Este dominio en el sector de la distribución fue un reflejo de la hegemonía que ejercía la producción estadounidense y su presencia masiva en las pantallas españolas. Ciertamente es que el desarrollo de las producciones españolas y su éxito comercial comenzó a poner en tela de juicio esta superioridad, pero a pesar de esto, aún se estaba lejos de romper con la dominación de Hollywood. En cualquier caso, la Guerra Civil puso fin a esta situación.

La figura de Ulargui se analiza desde dos hipótesis fundamentales:

- Saturnino Ulargui como promotor del desarrollo de la producción española. Como se acaba de explicar, Ulargui constituye un ejemplo paradigmático de un exitoso distribuidor de material cinematográfico que emprende la aventura de la producción de cine nacional. Si por algo se caracterizó la carrera de este riojano, fue por situarse a la cabeza de iniciativas empresariales de todo tipo y en distintos ámbitos.

- Saturnino Ulargui como máximo representante en España de la tendencia de diversas firmas y personalidades europeas hacia la creación de un cine transnacional europeo capaz de desarticular el dominio que ejercían las producciones de Hollywood en los países del viejo continente. Probablemente, esta es la idea más peculiar que contiene este estudio, pues aborda el papel de España dentro de esta práctica de creación del “film europeo” que se produjo en los años veinte¹. De haberse materializado con mayor éxito

¹ En la segunda parte de esta tesis se hablará de esta tendencia que se extendió por diversos países europeos, siendo Alemania, Francia e Italia sus mayores impulsores, con el objetivo de producir un tipo de cine comercial y de calidad, que fuese capaz de triunfar en todos los mercados cinematográficos europeos. Dentro de esta práctica, resultaba fundamental la adopción de medidas que favorecieran una circulación

esta corriente, la posición de nuestro país se hubiera tornado en fundamental de cara a la conquista del mercado latinoamericano por los evidentes vínculos idiomáticos que unen a España con Sudamérica. Además, esta hipótesis incide directamente en la singularidad de la figura de Saturnino Ulargui en comparación con otros distribuidores y productores del cine español. Su visión empresarial resultó muy ambiciosa y no se limitó a ocupar un puesto de éxito entre las dos productoras más potentes del panorama nacional, Cifesa y Filmófono, sino que trató de inscribir su labor cinematográfica en una corriente de expansión comercial de carácter europeísta. Las investigaciones en torno a la figura de Ulargui evidencian su interés permanente por formar parte de este modelo de cine europeo desde sus primeros pasos en la industria cinematográfica hasta su participación en la política de coproducciones con las potencias del Eje.

Objetivos

Los principales objetivos de este estudio van encaminados a arrojar luz sobre los dos temas centrales de la investigación. Por una parte, en lo referido al análisis del sector de la distribución de cine en España, se ha pretendido:

- Resumir el funcionamiento de la actividad cinematográfica entre 1898 y 1930, así como reflejar la evolución que experimentó este sector a lo largo de estos años y en relación con el resto de la industria del cine.
- Rastrear y dejar constancia del número de empresas de distribución activas entre 1931 y 1936, su posición geográfica y su radio de acción.
- Reflejar el complejo entramado de relaciones comerciales entre las distintas casas.
- Poner de manifiesto el papel fundamental que jugaron las distribuidoras en el desarrollo de la producción cinematográfica española durante la II República.

libre de las cintas entre los distintos países. El cine transnacional europeo tiene su origen en los años veinte, tal y como señala Kristin Thompson en *"Film Europe" and "Film America": cinema, commerce and cultural exchange, 1920-1939.*, pero mantuvo continuidad durante las décadas de 1930 y 1940, como reflejan Fernando González y Valeria Camporesi en *¿Un progreso en el arte nacional? Ibérica Films en España, 1933-1936* y Valeria Camporesi en *Whose Films are These?' Italian-Spanish Co-Productions of The Early 1940s.*

Por otra parte, sobre la figura de Saturnino Ulargui, este estudio aspira a:

- Compilar la trayectoria vital de Saturnino Ulargui en relación a su trabajo cinematográfico.
- Estudiar en profundidad su figura durante el periodo republicano, dejando constancia de su labor en la industria cinematográfica y su participación en otro tipo de proyectos.
- Situar a Ulargui como uno de los empresarios de referencia del cine republicano español, siendo un claro ejemplo de aquellos distribuidores que apostaron por la producción de cine nacional y se convirtieron en productores.
- Demostrar su implicación activa en la tendencia europea de producción y distribución de un cine transnacional, un aspecto que aporta singularidad a este empresario riojano en comparación con otras personalidades contemporáneas de la industria cinematográfica española.

Metodología

La realización de esta tesis doctoral ha constado de cinco fases:

- Elección del tema y acotación cronológica del mismo. En primer lugar, se planteó un estudio relacionado con la cinematografía republicana que girase en torno a la figura de Saturnino Ulargui. Tras un periodo de lecturas y consultas bibliográficas básicas en el estudio de la cinematografía española, se llegó a la conclusión de llevar a cabo una investigación dual, combinando el análisis de la distribución cinematográfica durante el régimen republicano con el seguimiento de la trayectoria vital y laboral de Saturnino Ulargui, insistiendo en la actividad empresarial que desarrolló en la II República.
- Recopilación de información y de datos históricos. Con el fin de establecer un punto de partida para la redacción del contenido de esta tesis doctoral, se consultaron manuales, monografías, tesis doctorales, artículos, fuentes históricas y documentales, bases hemerográficas y varios recursos electrónicos:
 - > Para la primera parte de esta investigación, centrada en la distribución cinematográfica, se consultaron, por un lado, tres textos básicos: *El cine en Barcelona*,

una generación histórica: 1906-1923 de Palmira Gómez, *El cine español entre 1896 y 1939* de Emilio García y *De arañas y moscas: La formación del sistema del cine y los principios de la distribución cinematográfica en España* de Luis Alonso. Por otro lado, se realizó una consulta minuciosa de las fuentes históricas presentes en la Filmoteca Española de Madrid y en varios recursos electrónicos: anuarios cinematográficos de 1925, 1927, 1928, 1929 y 1930, 1931, 1933-34 y 1935; las revistas *Arte y Cinematografía*, *Cine Español*, *Mirador*, *Cinegramas*, *Nuestro Cinema*, *Popular Films* y *Sparta*; y los periódicos *ABC* y *La Vanguardia*. El objetivo de estas consultas fue crear una base de datos propia con información de las diferentes empresas de distribución, sus organigramas internos del personal laboral, el material con el que comercializaban, las relaciones interempresariales, sus periodos de actividad, etc.

> Para la segunda parte de la tesis, que gira en torno a Saturnino Ulargui, se consultaron todos aquellos manuales clásicos sobre el cine español en los que encontramos numerosas menciones a este personaje riojano, como por ejemplo *El cine sonoro de la II República 1929-1936* de Román Gubern. Más determinante resultó la información extraída de artículos específicos sobre Ulargui, como *Saturnino Ulargui: esbozo de un productor de films de complemento (la producción de cortometrajes en los años cuarenta)* de Pablo Ferrando o *La huella de Saturnino Ulargi en la co-producción cinematográfica con las Alemania e Italia del eje* de Aitor Hernández; y de tesis doctorales y artículos dedicados al cine republicano español, como *Repercusiones socio-industriales y creativas de la implantación del cine sonoro en España (1927-1934)* de Luis Fernández Colorado, *¿Un progreso en el arte nacional? Ibérica Films en España, 1933-1936* de Valeria Camporesi y Fernando González, o *Exiliados judíos del Tercer Reich en el cine español. 1933-1936* de Fernando González. También se realizó una consulta de las fuentes documentales anteriormente citadas, en las que se encuentran numerosas referencias e informaciones sobre este empresario del cine español. El propósito fue compilar toda la información posible sobre Saturnino Ulargui, tanto la que se encontraba organizada y publicada en textos como la que aún permanecía en las fuentes históricas.

- Planteamiento de las hipótesis fundamentales y estructuración de la tesis en partes, capítulos, apartados, subapartados y anexos.

> Por una parte, la recopilación y el análisis de la información relativa a las empresas de distribución lleva directamente a plantear el elevado número de firmas

existentes, su atomización y la importancia de sus relaciones comerciales para el establecimiento de una red comercial de intercambio cinematográfico estable y fluida. Además, se constata el hecho de la conversión de muchas distribuidoras en importantes productoras de cine español. Por otra, las informaciones y los datos relacionados con Saturnino Ulargui lo sitúan como una pieza clave en el desarrollo del cine español en los años treinta, siendo un claro ejemplo de un distribuidor que se aventura, con éxito, a la producción de films. El estudio de los productos que comercializó, así como el rastreo de sus vínculos con determinadas personalidades del mundo cinematográfico europeo, nos llevaron a plantear que Ulargui tomó parte activa de la tendencia del “Film Europeo”, siendo el principal representante del cine transnacional europeo en España.

> La estructura de la tesis ha sufrido varios cambios, pero finalmente se decidió redactarla en dos partes autónomas, pero relacionadas entre sí. La división de cada una de las partes en diferentes capítulos responde a una lógica basada en la cronología, pues resulta la opción más eficaz desde el punto de vista de redacción, lectura y comprensión de contenido. La subdivisión de los capítulos en apartados y subapartados se basa en criterios cronológicos, por un lado, y en criterios temáticos, por otro.

- Redacción del contenido de la tesis. Recopilada la ingente cantidad de información, se ha procedido a su organización, resumen y esquematización. A esta base documental que ha servido como marco teórico, se le han añadido las ideas que surgen de las hipótesis planteadas durante la investigación. De este modo, se procedió a la redacción del contenido por capítulos y bloques temáticos.

- Correcciones, nuevas consultas bibliográficas e información auxiliar. A medida que la redacción de la tesis doctoral ha ido avanzando, se han llevado a cabo numerosas correcciones y se ha procedido a la inclusión de planteamientos surgidos a la luz de nuevas consultas bibliográficas, con el objetivo fundamental de aportar una mayor profundidad temática a este estudio. Por último, se han introducido varios anexos que contienen información detallada y muy útil, tanto para la constatación de alguna de las hipótesis que plantea esta tesis como para futuras investigaciones.

Estructura de la tesis

Aparte de la presente introducción que da inicio a este trabajo de investigación, esta tesis doctoral consta de dos partes, cada una de ellas dedicadas a los dos ejes temáticos que se abordan en este estudio.

- La primera parte de la tesis se centra en el análisis de la distribución cinematográfica en España entre 1896 y 1936 y consta de dos capítulos.

> El primero de éstos es un repaso histórico de esta actividad a modo de contextualización, desde su aparición hasta su conversión en una actividad determinante en el desarrollo industrial cinematográfico español. Se divide en diferentes apartados según los periodos que se abordan.

> El segundo capítulo es un estudio minucioso sobre la distribución cinematográfica entre 1931 y 1936. A través de varios apartados y subapartados, se deja constancia del contexto sociopolítico de la España de los años treinta; de los cambios estructurales en la industria del cine; la existencia de diferentes empresas de distribución cinematográfica españolas y extranjeras, así como su influencia en el devenir del cine nacional; la situación del mercado cinematográfico en esta década; y la posición comercial de las principales casas de distribución mediante el análisis de distintos datos sobre su actividad mercantil.

- La segunda parte está dedicada íntegramente a la figura de Saturnino Ulargui y está dividida en tres capítulos:

> En primer lugar, se analiza la trayectoria vital de Saturnino Ulargui entre 1896 y 1931. Los distintos apartados que forman este fragmento muestran los orígenes familiares de Ulargui, sus primeros vínculos con la industria cinematográfica y la estabilidad que adquiere su negocio a finales de los años veinte.

> El segundo capítulo de esta parte constituye el eje central de la investigación. En él se reflejan todo tipo de actividades empresariales llevadas a cabo por Ulargui durante el periodo republicano, tanto las que se relacionan directamente con el cine como las que fueron propias de un personaje con una incansable vida social. Además, se hace hincapié en su papel como distribuidor/productor nacional dentro del desarrollo cinematográfico español de los años treinta y en su vinculación directa con elementos del cine transnacional europeo.

> El último capítulo da cuenta de los proyectos cinematográficos de Saturnino Ulargui durante la Guerra Civil y los primeros años del franquismo, centrándose en su labor como productor de cine español y en su política de coproducciones con Alemania e Italia.

La tesis doctoral finaliza con un capítulo dedicado a las conclusiones extraídas del estudio de la distribución cinematográfica y de la figura de Saturnino Ulargui.

Este trabajo incluye cuatro anexos:

- Anexo I. Se trata de un listado de casas de distribución activas entre 1931 y 1936 con todos los datos mercantiles que se han podido recabar. Es una guía empresarial que sirve como base de algunas hipótesis planteadas en torno a esta actividad cinematográfica y que aspira a ser una base de datos para futuras investigaciones.

- Anexo II. Incluye todas las películas distribuidas por Saturnino Ulargui desde 1926 hasta 1936, lo cual resulta fundamental para estudiar qué tipo de cine comercializaba y qué relaciones comerciales mantuvo con productoras y demás profesionales del cine europeo.

- Anexo III. Son las imágenes que acompañan al texto, algunas de las cuales sirven para reforzar hipótesis sobre la publicidad de las empresas de Ulargui y sus aspiraciones en torno al cine transnacional.

- Anexo IV. Lo conforma la inclusión documental y transcrita de un contrato de alquiler entre Ulargui y una sala de exhibición en el año 1932. Además de ser una curiosidad histórica de gran valor, se ha utilizado como instrumento para una mayor comprensión acerca de este negocio.

La tesis doctoral finaliza con la inclusión de la bibliografía que ha sido consultada para su confección. Se encuentra dividida por temáticas y por la naturaleza de los textos examinados, es decir, monografías, manuales, tesis doctorales, artículos, fuentes históricas y hemerográficas y recursos electrónicos.

PARTE I. LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA DURANTE LA SEGUNDA REPUBLICA

1. LA EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA ENTRE 1896 Y 1930

Antes de iniciar el análisis sobre la distribución cinematográfica en España durante la II República, se torna necesaria la presencia de un breve capítulo, a modo de contextualización, que repase la evolución de este sector cinematográfico. Se trata de reflejar las causas que motivaron la aparición de esta actividad comercial intermediaria, situada entre la producción y la exhibición de películas, así como sus consecuencias sobre el mercado cinematográfico español. Mediante un seguimiento cronológico de las actividades de distribución de material fílmico, se pretende dar cuenta de la evolución que vivió este sector, su crecimiento gradual y su influencia en el mercado. La escasez de fuentes históricas y de estudios monográficos dedicados a este tema dificultan en gran medida establecer una panorámica general del sector entre 1896 y 1931. Eso sí, se ha de señalar que existen varios textos y ciertas fuentes a través de las cuales se puede llevar a cabo una aproximación certera del asunto, lo suficiente como para poder contextualizar correctamente la distribución durante el periodo republicano y su importancia dentro del desarrollo de la industria cinematográfica española acaecido entre 1931 y 1936, uno de los objetos de estudio principales de la presente tesis doctoral².

² Existen tres lecturas fundamentales sobre la distribución cinematográfica en España desde la llegada del fenómeno fílmico a nuestro país, en 1896, hasta los años veinte: GÓMEZ LÓPEZ, Palmira. *El cine en Barcelona, una generación histórica: 1906-1923*. Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona: 1984; GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine español entre 1896 y 1939*. Barcelona: Ariel, 2002; y ALONSO GARCÍA, Luis. “DE ARAÑAS Y MOSCAS: La formación del sistema del cine y los principios de la distribución cinematográfica en España”. Revista *Archivos de la Filmoteca*. Valencia: 2010. La información extraída de estos tres títulos, unido a la consulta de fuentes históricas como los anuarios cinematográficos de 1925, 1927, 1928, 1929 y 1930, los periódicos *ABC* y *La Vanguardia* y la revista *Arte y Cinematografía*, son la base teórica de este capítulo, cuyo objetivo principal es reflejar la evolución de este sector y situar el estado en que se encontraba al inicio de la década de los treinta.

1.1. La «inexistencia» del sector de la distribución (1896-1905)

Hablar de los inicios de la distribución cinematográfica en España es hablar de los inicios del fenómeno cinematográfico en sí mismo. A pesar de ciertas controversias históricas en torno a la primera proyección cinematográfica en nuestro país, sabemos que la primera exhibición se produjo en Madrid el 11 de mayo de 1896³. Entre esta fecha y 1905 asistimos a un lento asentamiento del cinematógrafo en Madrid, Valencia y, sobre todo, Barcelona. Numerosos trabajos han sido dedicados a explicar el contexto histórico, político, económico, social y cultural que hicieron de Barcelona el centro cinematográfico nacional durante las primeras dos décadas del cine español⁴. Resumiendo la ingente información que se puede extraer, se deduce que el progreso industrial de Cataluña fue un factor clave para el desarrollo cinematográfico. La industrialización generó dos estratos sociales: la burguesía, cuyas inquietudes socioculturales llevarán al interés por este moderno fenómeno, y el proletariado, las masas obreras que acudirán asiduamente a las proyecciones.

Los pioneros del cine español estaban estrechamente ligados al mundo de la fotografía, como fue el caso de Fotógrafos Napoleón, y al mundo del espectáculo, por ejemplo, en las barracas de ferias de Fructuós Gelabert o Albert Marro. Nombres propios que pueden ser considerados los iniciadores del cine en España son Fructuós Gelabert, Segundo de Chomón, Albert Marro, Ricardo de Baños, Baltasar Abadal, Antonio de P. Tramullas o los Fotógrafos Napoleón, a los que hubiéramos de añadir las firmas cinematográficas francesas que trataban de explotar el potencial mercado español, entre las que destacaban Lumière, Pathé, Méliès y Gaumont. El estudio de estos personajes siempre se ha encaminado a destacar su labor como realizadores y productores, pero lo cierto es que también fueron los primeros distribuidores de cine, ya que “hasta 1906-1907 el negocio cinematográfico se establece directamente entre el productor y el exhibidor”⁵.

En estos primeros nueve años la cinematografía está mucho más próxima a la actividad artesanal que a un complejo engranaje industrial, tal y como se entiende en la actualidad.

³ Esta histórica fecha la recogen en sus trabajos Julio Pérez Perucha y José María Caparrós Lera, *Narración de un aciago destino* en “GUBERN, Román (et al.). *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra D.L., 1997.” e *Historia Crítica del Cine Español*. Barcelona: Ariel Historia, 1999, respectivamente.

⁴ Quizá uno de los análisis más completos que haya consultado sobre este tema se encuentra en la tesis doctoral de Palmira Gómez López *El cine en Barcelona, una generación histórica: 1906-1923* (Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona: 1984), <www.tdx.cat> (18/02/2015).

⁵ GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine español entre 1896 y 1939*. Barcelona: Ariel, 2002, p.143.

Las fronteras entre la realización, la producción y la distribución de films estaban muy diluidas, es decir, los pioneros del cine español eran directores que tomaban parte parcial o total en la inversión del film, lo que les convertía también en productores, pero también estaban obligados a dar salida comercial a sus productos, o lo que es lo mismo, a distribuirlos⁶. Los pioneros y los primeros empresarios de cine español también se dedicaron a la comercialización de los productos de casas extranjeras como representantes en España de las mismas, así encontramos que la sociedad Macaya-Marro era representante de Pathé, Ricardo de Baños de la casa Gaumont, Baltasar Abadal representó a la casa Méliès y a la Urban de Inglaterra, Antonio P. de Tramullas a Gaumont o Fotógrafos Napoleón a los Lumière. Como bien señala Luis Alonso García:

“Los alquiladores (distribuidores) españoles tienen diversos orígenes: personal de firmas extranjeras; laboratorios de películas y talleres proveedores y reparadores de aparatos; espectaculistas (exhibidores) de las grandes capitales; manufacturas (productoras) en busca de salidas a su propia producción”⁷.

Dos aspectos son fundamentales para entender el funcionamiento comercial del cine español estos primeros años. Por una parte, se encuentran la proliferación de “actualidades”, noticiarios y documentales, cuya distribución se utilizó como base financiera para crear rudimentarias empresas de producción, especialmente a partir de 1905. Esto significa que la distribución, tanto de material nacional como extranjero, constituyó una base de capital fundamental para afrontar la creación fílmica nacional⁸. Por otra parte, ha de tenerse en cuenta que, hasta 1909 aproximadamente, las cintas se vendían directamente para su proyección en el cine. Esto suponía una lenta expansión del cine puesto que dependía enormemente de la marcha de los laboratorios de las productoras, ya que se hacía las copias en función de los pedidos. Los distribuidores actuaban pues como agentes de ventas de las productoras, yendo a vender sus productos

⁶ Un caso paradigmático de esta concentración de labores fue Fructuós Gelabert, pues un seguimiento de su biografía en cualquier estudio dedicado a los inicios del cine, como pueden ser GUBERN. *Historia del Cine Español*. Madrid: Cátedra, 1997, o CAPARRÓS. *Historia Crítica del Cine Español*. Barcelona: Ariel Historia, 1999, o investigaciones dedicadas exclusivamente a su persona, como CAPARRÓS. *Memorias de dos pioneros: Francisco Elías y Fructuós Gelabert*. Barcelona: 1992, demuestran este hecho.

⁷ ALONSO GARCÍA, Luis. “DE ARAÑAS Y MOSCAS: La formación del sistema del cine y los principios de la distribución cinematográfica en España”. Revista *Archivos de la Filmoteca*. Valencia: 2010. <<http://www.archivosdelafilmoteca.com/>> (01/03/2015)

⁸ Este hecho se repetirá constantemente en el desarrollo de la industria cinematográfica española. Buen ejemplo de ello es Saturnino Ulargui, objeto central de esta tesis doctoral, que comenzó como distribuidor de producciones de la firma alemana UFA y se convirtió en un productor de films de reconocido éxito.

de sala en sala y de empresario en empresario, algo parecido lo que hacen los comerciales en la actualidad.

1.2. Consolidación y desarrollo del sector de la distribución (1905-1914)

A partir de 1905 comienza a gestarse una incipiente industria debido a la expansión del cinematógrafo y al desarrollo de los elementos que lo conforman. Las pequeñas empresas que distribuían documentales y “actualidades” acumularon un capital modesto pero suficiente para poner en marcha firmas más sólidas y ambiciosas, como Hispano Films, de Albert Marro y Ricardo de Baños, y Films Barcelona, de Fructuós Gelabert, en Barcelona o la Casa Cuesta, de Joan M. Codina, en Valencia. Asistimos también a una prolífica construcción de edificios estables dedicados al cine, que unido a la ampliación del catálogo de las películas y su progresivo aumento de duración explican parte de la estabilidad y del desarrollo del sector de la distribución:

“Los nuevos metrajes van configurando la necesidad de una figura en la estructura industrial del negocio cinematográfico que sirva de intermediaria a la hora de efectuar este tipo de transacciones. Esta persona, el *alquilador*, reorganiza el mercado intentando dar movilidad a todo el material que, día a día, se está produciendo por las firmas asentadas en cada país (...)”⁹.

Mención especial merece el establecimiento del alquiler de películas que se generalizó hacia 1909. Este sistema convirtió a los distribuidores en intermediarios entre el proceso inicial, la realización y la producción, y el punto final, la sala de exhibición y público que acude. Los riesgos para el exhibidor se redujeron considerablemente, pero los grandes beneficiados fueron los distribuidores que sólo debían procurarse de obtener un buen surtido de películas para tener en sus manos las riendas de la cinematografía en España. En cierto modo los distribuidores dejaron de lado la producción española atendiendo a los beneficios económicos que les proporcionaba la comercialización de films extranjeros, pues el público español mostraba una mayor acogida hacia el cine francés y, en menor medida, al italiano y al alemán. Se ha de tener en cuenta que la producción nacional resultaba menos atractiva para el público por sus evidentes técnicas de rodaje

⁹ GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine ... op. cit.*, p. 145.

primitivas. Por lo general las productoras eran efímeras y carecían de capital suficiente como para competir con las producciones extranjeras. Actuaciones como éstas han llevado a considerar a los empresarios distribuidores como los principales responsables del hundimiento de la producción nacional a finales de los años diez¹⁰. Si bien es cierta su responsabilidad en este hecho, se torna necesario aclarar que las casas distribuidoras se aprovecharon de un escenario comercial carente de normas que lo regulasen o que protegiesen los intereses del Cine Español. El cinematógrafo se convirtió con relativa rapidez en un negocio de masas que, en el caso de España, se desarrolló en el seno de una industria de libre mercado en el sentido más estricto de la palabra.

Lo cierto es que entre 1906 y 1918 asistimos a una etapa de gran éxito económico para los empresarios distribuidores españoles ya que las casas existentes fortalecieron su red comercial, como por ejemplo Baltasar Abadal y José Gurgui en Barcelona, y se crearon nuevas firmas, destacando la de Juan Verdaguer i Mota por su desarrollo posterior al introducir el material fílmico americano¹¹. Otro hecho decisivo para los distribuidores españoles fue la apertura de sucursales extranjeras en España, especialmente francesas (Lumière, Pathé, Méliès y Gaumont), también la turinesa Italian Films. A pesar de ser firmas foráneas, la gestión comercial la ejercieron empresarios españoles por su mejor conocimiento y dominio de las costumbres españolas a la hora de llevar a cabo negociaciones.

En contraposición a las efímeras empresas productoras, el crecimiento de las firmas de alquiler de films es continuado. Es en 1911 cuando se reconoce a los “vendedores y alquiladores de películas” como parte del negocio cinematográfico en el baremo de impuestos de la Contribución Industrial y, desde este momento y hasta 1921, se produce una proliferación de distribuidoras. Entre 1906 y 1921 se contabilizan entre ciento veinte y ciento cuarenta firmas de distribución, incluyendo a los alquiladores nacionales y a los representantes de firmas extranjeras. La mayor parte son pequeñas firmas, de carácter regional o provincial o con la exclusiva de alguna casa extranjera menor. Una lista de las trece alquiladoras españolas más emblemáticas comprendería: 1906, Diorama (Barcelona); 1907, Juan Fuster (Barcelona, Madrid); 1907, José Verdaguer (Barcelona); 1908, Trust Film (Barcelona, Madrid); 1910, José Gurgui (Barcelona); 1910, Cabot y

¹⁰ GÓMEZ LÓPEZ, Palmira. *El cine en Barcelona, una generación histórica: 1906-1923* (Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona: 1984), <www.tdx.cat.>, (18/02/2015), p. 395.

¹¹ *Ibid.*, 394.

Piñot (Barcelona); 1912, Román Solá (Barcelona); 1913, Miguel de Miguel (Barcelona y Madrid); 1914, Ernesto González (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Gijón); 1915, Enrique de Castro (Madrid); 1916, Vilaseca y Ledesma; 1917, Julián Ajuria (Barcelona y Madrid); 1919, Julio César (Bilbao, Barcelona, Madrid)¹².

1.3. Expectativas comerciales y fracasos en torno a la I Guerra Mundial (1914-1923)

En un periodo de desarrollo y constatación de crecimiento, las expectativas comerciales de los empresarios españoles en el marco de una más que previsible guerra a gran escala en Europa (I Guerra Mundial, 1914-1918) se colmaron de optimismo ante la neutralidad de España. Sin embargo, las ilusiones y esperanzas españolas fueron aplastadas por la realidad. En primer lugar, se tuvo que hacer frente a un desabastecimiento de película virgen que impidió la realización de nuevas producciones y, en segundo lugar, hubo escasez de novedades con las que llenar las pantallas. Esto provocó un enfrentamiento entre distribuidores y alquiladores que ya se había producido con anterioridad. Los primeros incrementaban constantemente el precio del material del que disponían y los segundos llevaban a cabo las denominadas “malas prácticas”: “la reventada”, el estreno por parte de un exhibidor de una película de la que otro exhibidor poseía la exclusiva; el “refrito”, la proyección de films antiguos con títulos nuevos y proyectarlas como estrenos; y, sobre todo, el “pase”, la utilización de una cinta por varios exhibidores que sólo ha sido alquilada una vez. De hecho, en 1915 las casas distribuidoras decidieron volver a agruparse en la *Mutua de Defensa Cinematográfica Española* en 1915, de la que formaron parte hombres de peso como Verdaguer, Fuster, Querol, etc.¹³.

Para hacerse una idea más o menos aproximada del funcionamiento del negocio cinematográfico en España estas dos primeras décadas de cine español, es importante explicar el escenario comercial.

¹² Muchas de estas casas tuvieron continuidad en el tiempo y, como veremos en el próximo capítulo, se mantuvieron activas y con un volumen de negocio considerable durante la II República.

¹³ GÓMEZ LÓPEZ, Palmira. *El cine op. cit.*, p. 753. Esta asociación, cuyo antecedente fue la *Unión de Fabricantes, Representantes y Alquiladores* fundada en 1913, tenía tres objetivos concretos: revisar los retrasos en los pagos, comprobar el deterioro de los materiales alquilados y proteger los derechos en exclusiva. Su actividad se prolongará en el tiempo, manteniendo su capacidad de influencia durante la II República.

Comencemos por los tipos de distribuidores que existían. Encontramos a los mayoristas o representantes, que exportaban e importaban en exclusiva películas de importantes casas productoras, y los minoristas o alquiladores, que surtían sus catálogos con films suministrados por los representantes y se dedicaban al alquiler directo a las empresas de exhibición.

Hablemos ahora del mercado exterior. Las casas importadoras se dedicaban exclusivamente a la representación e importación, aunque era frecuente que actuasen también como alquiladores directos de las empresas de cine. Disponían de representantes que viajaban por las ciudades europeas y americanas para comprar los films directamente a productoras y distribuidoras extranjeras. Una vez que llegaban a España y superaban la censura, los representantes pasaban las cintas en sesiones de “prueba comercial” para los compradores-distribuidores, quienes se encargaban de alquilarlas después a los cines. Lo general era poner a la venta de dos a cuatro copias de la película y en algunos casos se concedía la exclusiva de explotación a una determinada empresa.

Durante estos años decayó el comercio con Francia y aumentó con Inglaterra, plataforma desde la cual se lanzó el cine americano a la conquista de las pantallas europeas. Al final de la Guerra, Francia e Italia cerraron su comercio con España como represalia por las relaciones económicas mantenidas con Alemania, a la vez que EE.UU. desplegaba sus medios en España. La industria norteamericana había comenzado la invasión de nuestras pantallas, tal y como ya habían hecho en América Latina. En cuanto a la exportación de films el funcionamiento era el siguiente: los representantes-importadores proyectaban las películas de estreno en las salas de pruebas y después se vendían directamente a los compradores que bien las distribuían en el mercado interior (alquiladores) o en el exterior. Las producciones nacionales salían al mercado europeo a través de Francia e Italia, en menor medida de Londres, cuyo destino eran sus colonias. Prácticamente nulo fue el comercio con EE.UU. Los mercados productivos eran Latinoamérica y Filipinas, aunque nunca supo extraerse el beneficio económico que tanto se requería en la opinión cinematográfica de la época¹⁴.

¹⁴ Como veremos en la segunda parte de este estudio, hubo una voluntad constante por parte de las industrias europeas, incluida la española, de penetrar en el mercado cinematográfico latinoamericano, dominado de manera absoluta por los norteamericanos. Durante los años veinte, treinta y cuarenta, industrias de cine como la alemana o la italiana van a iniciar políticas de cooperación con España con el fin de aprovechar los vínculos idiomáticos y culturales de nuestro país con las naciones iberoamericanas. Uno de los máximos representantes de esta colaboración fue Saturnino Ulargui.

El mercado interior se conformaba por una red comercial, estable desde 1910, entre Barcelona, Madrid, Sevilla, Bilbao, La Coruña, Málaga y Valencia, basada en una concepción extensiva, es decir, que se iniciaba en las áreas metropolitanas, en los grandes cines de las ciudades, y se extendía gradualmente hacia las pequeñas salas de provincia¹⁵. Para hacerse una idea del proceso de negociación de los distribuidores tomemos como ejemplo Barcelona, donde existían 50 casas alquiladoras y unos 100 cines. Los empresarios que poseían cadenas de cines tenían una posición de ventaja a la hora de negociar el alquiler. El alquiler se hacía por dos o tres días y para dos o tres cines, estipulando que el metro de película de estreno se alquilaba por 15-20 cts. y el resto de material a 5-10 cts.

Además, el mercado interior presentaba una serie de vicisitudes que complicaban una circulación dinámica del material fílmico. En primer lugar, estaba la censura previa, instalada desde 1912. Eso sí, los productores, representantes e importadores presentaban sólo aquellas películas que consideraban aptas para pasar la censura. En segundo lugar, nos topamos de nuevo con el polémico “pase”, el cual terminó por ser tolerado y aceptado por los alquiladores, entre otras cosas, por la altísima competencia entre las empresas. Los grandes beneficiados con el pase fueron los empresarios que disponían de varios cines. La *Mutua de Defensa Cinematográfica Española* propuso medidas paliativas como reducir la extensión de los programas de los cines, aumentar el precio del alquiler, sancionar a quienes devolvían las cintas en mal estado, suprimir el pase y aumentar el precio de las entradas. Los empresarios también tuvieron que aceptar la subida de los precios en los alquileres. Esto demuestra el constante “tira y afloja” de los distintos engranajes de la industria del cine por imponer sus intereses, pero sin poner en peligro de desaparición sus negocios y sus consiguientes beneficios. Por último, aunque no menos importante, las casas distribuidoras debían acudir a los pases de prueba. En estas proyecciones para empresarios y alquiladores una empresa podía alquilar una película en exclusiva, por lo general pagando un precio mucho más elevado de lo habitual. Hubo casos en los que otra empresa proyectaba antes la exclusiva de otra casa, lo que se conoció como reventar la exclusiva. Estas copias clandestinas, bien provenían del extranjero a través de un agente comprador que luego las introducía en el mercado, bien eran los propios importadores o representantes quienes compraban más copias de la cinta y las distribuían por otras ciudades a buen precio. Este tipo de irregularidades venían motivadas

¹⁵ SANTAMARÍA, José Vicente. *La exhibición cinematográfica en España*. Madrid: Cátedra, 2015, p.68.

por la inexistente regulación de la cinematografía, considerada mercado libre, que hizo que los empresarios afectados no pudieran reclamar por la vía judicial. La *Mutua de Defensa Cinematográfica Española* tomó la medida de elaborar y distribuir un registro con las exclusivas de cada casa y en el caso de que los empresarios incumpliesen las exclusivas en sus proyecciones se tomarían medidas.

En este contexto económico-comercial tan enrevesado fue creciendo el negocio distributivo y, ciertos empresarios, tomaron la decisión de ampliar sus posibilidades económicas por medio de la conjunción de varias firmas. Pero como ya se apuntaba al comienzo de este apartado la realidad era muy distinta a lo que se esperaba. Uno de los grandes problemas fue que esta iniciativa de concentración empresarial dio comienzo a finales de la década de los 20, cuando las *majors* americanas ya habían empezado a instalarse en España. El crecimiento continuado del número de distribuidoras tiene como consecuencia la segmentación del negocio, un problema que las políticas de fusión de empresas no pudieron remediar. Las *majors* de Hollywood, a través de representantes y filiales españolas, pasaron a dominar con claridad el sector de la distribución en España.

Al acabar la Gran Guerra en 1918 y sin haber invertido el poco capital que se había acumulado en la creación de una producción estable y unas redes comerciales que diesen salida a dicha producción, el mercado español se vio sobrepasado por la abundancia de material extranjero. Como los empresarios cinematográficos españoles veían el cine como un negocio que exprimir, al margen de cualquier responsabilidad histórica, ninguno quiso dejarlo de lado y las soluciones que adoptaron resultaron ser tan inservibles como perjudiciales para el desarrollo de la producción fílmica española. En un lado encontramos a los exhibidores, que continúan la tendencia de reducir el precio de las entradas y aumentar el tamaño de los programas. En el otro lado tenemos a los distribuidores que, ante la sobreabundancia de películas extranjeras, bajarán los precios del alquiler para mantenerse en el negocio, en ocasiones llegando al extremo de situarlo por debajo del precio que pagaron por dicho material. Coloquialmente hablando estas medidas comerciales fueron como “pegarse un tiro en el pie”, pues la producción nacional, en el marco de una débil industria, fue incapaz de competir con la producción extranjera que gozaba de mayor presupuesto, mejor calidad técnica y más aceptación entre el público español.

Este panorama poco optimista que presentaba el cine español en torno a los veinte tuvo al menos una consecuencia positiva, que fue la petición por parte del sector de unos criterios concretos para esta industria, es decir, la elaboración de una legislación que protegiese e incentivase producción nacional. Las peticiones se basaron en exigir más estudios y más espacio para el cine español en las pantallas españolas. El cine norteamericano no se impuso únicamente por su calidad técnica, también por la eficaz venta de su producción. Una producción que no se situaba por encima de la distribución y en la que se tenía muy en cuenta el rendimiento comercial que pudiera tener un determinado film. Este modelo empresarial estadounidense lo define José Vicente Santamaría como la integración vertical con actividades de creación, producción y distribución para ejercer un dominio oligopólico del sector por parte de las grandes compañías de Hollywood¹⁶.

1.4. La distribución durante la Dictadura de Miguel Primo de Rivera (1923 - 1930)

Aunque existan matices en la periodización de la Historia del cine español, es evidente que los acontecimientos históricos, políticos y sociales de nuestro país siempre han influido de forma decisiva en este fenómeno artístico.

El fracaso de la expansión del cine español durante la I Guerra Mundial llevó al desmantelamiento casi total de la producción barcelonesa, como ejemplifica la liquidación de la Hispano Films en 1918. En Madrid, por el contrario, se asiste a un rápido desarrollo de la industria cinematográfica por una demanda de público cada vez mayor y por la centralización que lleva a cabo el gobierno de Primo de Rivera. Este despegue productivo lo ejemplifican las dos empresas que gozaron de cierta envergadura a pesar de su efímera existencia, Atlántida Films S.A.C.E. y Films Española. Sin embargo, el capital del que gozaban las empresas productoras estaba destinado a la subsistencia, imposibilitando una producción de films continuada que, para más inri, no se regía por ningún criterio específico¹⁷. La producción cinematográfica española siempre ha estado íntimamente ligada a los vaivenes de la distribución, siendo una necesidad constante para

¹⁶ *Ibíd.*, p.70.

¹⁷ PÉREZ PERUCHA, Julio. *Narración ...*, en "GUBERN, Román (et al.). *Historia ...*", *op. cit.*, p. 98: «...en el conjunto de este espontaneísta e improvisado florecimiento y como índices de los desorientados criterios que regían nuestra producción, el rodaje de un título podía obedecer a razones tan desconcertantes como halagar a la Reina Madre, ofrecer un generoso regalo de bodas a una hermanita casadera...»

las empresas productoras, bien disponer de una red de distribución de films, bien firmar convenios con otras empresas que fueran capaces de cubrir la demanda de películas en el Estado español. Un caso del binomio producción-distribución en esta época sería la citada Atlántida Films S.A.C.E., cuyo antecedente fue Cantabria Cines. Uno de sus principales gerentes y productores fue Oscar Hornemann, que también trabajó para Films Española y tenía contactos con la distribuidora berlinesa de Ernest Hornemann. De hecho, se especula que ganó mucho dinero mediante la importación de películas pornográficas que, aunque era ilegal, no dejaba de ser otra forma de distribución¹⁸.

El estudio de la distribución en estos ocho años que van desde el golpe de Estado de Primo de Rivera hasta la proclamación democrática de la II República es muy complicado por la falta de estudios dedicados a este tema concreto y por la escasez bibliográfica. Esto no significa que no pueda dibujarse un panorama más o menos ajustado a la realidad de este negocio.

A través de los anuarios y almanaques cinematográficos que se publicaron a lo largo de los años veinte, se hace patente que las empresas de compra-venta y alquiler de películas no disminuyeron en número¹⁹. Estos anuarios constituían una herramienta de publicidad para las empresas que operaban en España y, si bien no pueden ofrecer datos históricos concretos, aportan valiosa información acerca de su número y su presencia en distintos puntos geográficos de la península. La red comercial cinematográfica española disponía de dos centros neurálgicos principales, Barcelona y Madrid, y un tercer núcleo de menor entidad, Valencia. A estos se unían otros puntos geográficos peninsulares de relevancia como son las principales capitales de provincias, desde Santander a Sevilla y desde La Coruña a Murcia, sin olvidar los dos archipiélagos españoles. Entre la amplia variedad de distribuidores que se anuncian, se encuentran numerosos personajes de larga trayectoria en el negocio como Cabot i Puig, Jaime Costa, José Gurgui, Juan Verdaguer, Enrique Huguet, Ernesto González o Joan Fuster. Las empresas más potentes eran aquellas que tenían sucursales repartidas por todos los centros comerciales del país, entre las que destacaban Cinematográficas Verdaguer, con un capital de 3 millones de pesetas, o Julio

¹⁸ RIMBAU, Esteve y TORREIRO, Casimiro. *Productores en el Cine Español. Estado, dependencias y mercado*. Madrid: Cátedra, 2008, p. 433.

¹⁹ La información está extraída de *La cinematografía en España en 1925, Guía de la Industria y el Comercio Cinematográfico en España de 1927, Cinematografía: Álbum-Almanaque de 1928, Guía de la Industria y el Comercio Cinematográfico en España de 1929, Anuario del Cinematografista para el año 1928-29 y Anuario del Cinematografista para el año 1930*. Todos estos documentos se encuentran en los Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

César, que disponía de 1 millón de pesetas. Sin embargo, predominaba la fragmentación en pequeñas empresas que se repartían el limitado mercado de las capitales de provincia, de menor población y por tanto de menor demanda. Según los cuadros elaborados por Emilio García Fernández²⁰ en 1925 existían ciento setenta y nueve casas de compra-venta y alquiler de películas, doscientas once en 1927 y doscientas cuarenta en 1930²¹.

Un hecho fundamental que ya se ha comentado es la conquista implacable de las pantallas españolas por parte de la producción norteamericana. Durante la década de los años veinte asistimos a un cambio sociológico que convierte al cine en instrumento de ocio para las masas. Como explica Vicente Benet, en la nueva sensibilidad que el público manifiesta ante el cine a lo largo de los años veinte:

“(...) el elemento más significativo es el establecimiento de la *industria* de la cultura, de la información y del ocio ligado al consumo cada vez mayor de los productos de entretenimiento por parte de las multitudes urbanas”²².

Si alguien interpretó bien este fenómeno fue la industria de Hollywood y el Gobierno de Estados Unidos. Las grandes empresas cinematográficas americanas llegaron al mercado europeo a través de la proyección de films de propaganda bélica en los países en los que EE.UU. intervino militarmente durante la I Guerra Mundial. A esto hay que sumar la estrecha colaboración entre la industria cinematográfica norteamericana y el Departamento de Comercio con el fin de conquistar mercados cinematográficos más allá de sus fronteras, tanto por motivos económicos como geopolíticos.

En un primer momento las empresas norteamericanas distribuyeron su material fílmico en España a través de intermediarios autóctonos como Ernesto González, José Gurgui o la compañía Commercial Stock Films de Barcelona. A partir de 1922 las *majors* americanas exportaron el sistema de filiales que tan buenos resultados les había dado en Latinoamérica y, en poco tiempo, todas ellas abrieron sus sucursales en Barcelona estableciendo lo que León Aguinaga ha llamado “el imperio de las filiales”²³. En 1922 se

²⁰ GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine ... op. cit.*, pp. 154 y 155.

²¹ El número de casas de distribución continuó creciendo durante la etapa republicana y, tal y como se puede comprobar en el *Anexo I* de esta tesis doctoral, el listado de firmas dedicadas a este sector, de elaboración propia, refleja que existían más de cuatrocientas.

²² BENET, Vicente. *El cine español: una historia cultural*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2012, p. 59.

²³ LEÓN AGUINAGA, Pablo. *El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda*. Memoria para optar al grado de doctor, Universidad Complutense

estableció Hispano American-Universal Films Española (Universal Pictures Corporation), en 1924 Hispano Fox Films (20th Century Fox Corporation), en 1927 Paramount Films de España (Paramount Pictures) y en 1928 Metro Goldwyn Mayer Ibérica (Metro Goldwyn Mayer). Ya en los años treinta se instalaron la Warner (1932), RKO (1934), Columbia Pictures (1935) y United Artists por medio de un distribuidor exclusivo (Los Artistas Asociados en 1935). De toda ellas destacaron la Hispano Fox, la Universal Film Española y la Metro, que aprovecharon su temprano establecimiento en el país y, a mediados de la década de los años veinte, controlaban la distribución de cine americano casi en su totalidad.

El hecho de que las empresas estadounidenses creasen filiales en España no significa que los empresarios españoles desaparecieran del negocio de la distribución. En muchos casos, las *majors* optaron por tener en plantilla a empresarios españoles, que conocían mejor las particularidades del mercado interior y tenían mayor capacidad de negociación con las empresas de alquiler más modestas y con los exhibidores locales. Además, como se viene repitiendo, la distribución de films era indispensable a la hora de poner en marcha producciones nacionales. Es evidente que, si el cine americano era el más popular entre el público español, era fundamental distribuir su producción en España, de tal manera que establecer relaciones comerciales de las *majors* era necesario para las empresas españolas que optaran por dar el salto a la producción de películas²⁴.

La supremacía de la industria cinematográfica norteamericana en España fue apoyada por dos importantes sectores de la industria cinematográfica española. Por una parte, los distribuidores a través de la *Mutua de Defensa Cinematográfica*, que defendió los intereses de las *majors*, lo cual resulta lógico si tenemos en cuenta que la representación en este órgano dependía directamente del potencial económico de la empresa a la que se personificaba. Por otra parte, y de manera más férrea, los exhibidores defendieron la producción de Hollywood puesto que su dependencia económica con ésta era total. Sin embargo, el dominio norteamericano también fue forjando tras de sí voces críticas que reclamaban al Gobierno medidas que favorecieran el cine español. Quizá la muestra más

de Madrid, Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Historia Contemporánea. Madrid: 2009, pp. 36-40. <<http://eprints.ucm.es/8378/1/T30698.pdf>>, (15/06/2015)

²⁴ Aunque su fundación data del año 1932, Cifesa constituye, por su éxito en la industria cinematográfica española, un caso paradigmático de esta situación. La distribución de los films de Columbia les permitió establecer una red comercial por todo el país y les reportó sustanciosos beneficios económicos, especialmente la distribución del gran éxito mundial de Frank Capra, *Sucedió una noche* (1934), suficientes como para poner en marcha la producción de títulos españoles.

clara de este estado de crispación la encontramos en el Primer Congreso de Cinematografía, celebrado entre el 1 y el 10 de octubre de 1928. De este Congreso, escasamente fructífero, se extraen y se ponen en marcha dos medidas tan propias de gobiernos dictatoriales como ineficaces para atajar los problemas existentes: la censura y las políticas proteccionistas. De estas últimas cabe destacar la cuota de pantalla, que establecía la obligación de proyectar una película española por cada veinticinco extranjeras²⁵.

De esta etapa también se puede destacar la confección de diversas leyes y decretos que poco a poco irán conformando una legislación más concreta en torno a la industria cinematográfica, plasmada en el *Anuario del Cinematografista para el año 1928-29* y *Anuario del Cinematografista para el año 1930* (ambos se hallan en el Archivo de la Filmoteca de Española: 1929). Las disposiciones legislativas que recogen estos documentos se centran en la seguridad en torno al cinematógrafo y en la tributación a la que va a ser sometida la industria como parte de los espectáculos. Los dos *Anuarios de 1928-29 y 1930* concluyen con unos llamativos “Consejos a los empresarios acerca de la contratación, programación, publicidad y presentación” que inciden en las posibles artimañas comerciales llevadas a cabo por los distribuidores. Por ejemplo, advierten a los dueños de las salas de que los distribuidores tratarán de convencerlos de que sus películas son las mejores, así que deben verlas o informarse mucho sobre ellas. También afirman que no pueden fiarse de las pequeñas distribuidoras porque son las casas grandes las que, a pesar de su lógica exageración propagandística, prefieren vender buen material y tener contento a su cliente para conservarlo en el tiempo. Este consejo lleva implícito que las empresas más potentes, es decir, las *majors* norteamericanas a través de sus filiales españolas son las que mejor material tienen y por tanto hay que confiar en ellas. Esta forma de entender la compra-venta y el alquiler de películas dejaba de lado claramente a empresarios españoles que, si bien no disponían de productos fílmicos tan comerciales y exitosos como los que proporcionaba Hollywood, tenían proyectos de futuro para la realización de un cine nacional. Muchos de estos empresarios españoles no dudaron en

²⁵ Este tipo de políticas proteccionistas dirigidas a la defensa del Cine Español y basadas en cuotas de pantallas resultaron ser ineficaces y, en lugar de contribuir a su desarrollo, consiguieron lastarlo aún más. Este fracaso no sólo se produjo durante la Dictadura de Primo de Rivera, también durante el Primer Franquismo. En los años cuarenta se pusieron en marcha medidas proteccionistas basadas en cuotas de pantalla, premios sindicales, censura, ... que dieron lugar pésimas producciones cinematográficas cuyo objetivo era la especulación económica. En *Historia crítica del Cine Español* de J.M. Caparrós Lera. Barcelona: Ariel Historia, 1999, se exponen el desarrollo y las consecuencias de estas medidas.

lanzarse a la producción de films nacionales si conseguían adquirir un volumen de negocio suficiente, contribuyendo así a la confección de un auténtico Cine Español, tal y como hicieron Cifesa, Filmófono o UFilms en los años treinta.

Por tanto, el negocio de la distribución llega a los años treinta marcado por una absoluta fragmentación de las empresas alquiladoras como consecuencia del crecimiento continuado de las mismas. Éstas mantuvieron un volumen de negocio estable pero secundario en el mercado de cine español, pues fueron las *majors* norteamericanas las que dominaron el grueso de la comercialización de películas. El desarrollo industrial del cine español que se produjo a partir de 1932 influyó directamente en las distribuidoras españolas que, si bien seguirán por detrás de la mayoría de las filiales estadounidenses, se situarán en una posición muy destacada dentro del sector. Además, estas firmas serán una pieza fundamental en el despegue industrial y comercial de nuestro cine durante la II República.

2. LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA DURANTE LA II REPUBLICA ESPAÑOLA (1931 - 1936)

2.1. La proclamación de la II República

2.1.1. Consideraciones previas

Me gustaría dar comienzo a este apartado de mi tesis doctoral con un breve repaso de los principales acontecimientos sucedidos durante la II República. Considero esta labor necesaria por varias razones.

No importa qué expresión artística sea objeto de estudio, ya sea una investigación sobre arquitectura, pintura, escultura, literatura, teatro, cine, ... el contexto histórico influye de manera decisiva en la génesis, el desarrollo y la culminación de un determinado estilo artístico. ¿Se puede llegar a comprender e interpretar correctamente el arte renacentista italiano sin acompañarlo de un estudio que lo relacione mínimamente con la organización de la península itálica en ciudades estado que basaban su economía en intercambios comerciales? Es evidente que no. Esto mismo ocurre con el fenómeno cinematográfico, cuya aparición estuvo ligada al avance industrial y tecnológico de finales de siglo XIX y principios del siglo XX. El cine ha sido identificado como una expresión artística y un medio de comunicación moderno que se ha implantado en nuestras vidas como parte del desarrollo de una sociedad de masas.

En el caso del cine español, su ligazón a los periodos políticos ha sido determinante. No sólo se detectan los rasgos característicos de los sucesivos regímenes que han dirigido España a través de nuestras películas, éstas también reflejan la evolución de la vida cotidiana de los habitantes de este país desde que el cine hiciera su aparición allá por 1896. Como expresa Román Gubern:

“Su movido telón de fondo histórico permite evacuar los tópicos acerca de la bondad o maldad del cine español, que en la peor de las hipótesis ha sido por lo menos un espejo directo o indirecto de las mentalidades prevalentes en cada época, de sus costumbres, sus modas, sus aspiraciones, sus prejuicios, sus mitos y sus frustraciones. Nuestro

cine ha sido testigo de la crisis de la monarquía borbónica, de la Semana Trágica, de la guerra de Marruecos, del advenimiento de la República, de una guerra fratricida, del tránsito de la desmayada España de la autarquía a la del desarrollismo económico y de las libertades públicas recobradas”²⁶.

La proclamación de la II República estuvo ligada a la cultura desde su propia concepción, de ahí que un conocimiento de los rasgos básicos de esta etapa y de sus principales acontecimientos resulte fundamental para contextualizar y comprender el cine español como fenómeno artístico y como fenómeno industrial.

2.1.2. Antecedentes de la II República

Antes de la instauración democrática del modelo republicano, en España estaba implantado, desde 1923, el régimen dictatorial de Miguel Primo de Rivera. Ante las convulsiones sociales derivadas de la represión y persecución política a los opositores, la crisis económica mundial, que duplicó la deuda pública con respecto a los inicios del régimen, y el escaso apoyo que le brindaron los Jefes Militares en los momentos más complicados de su mandato, Miguel Primo de Rivera presentó su dimisión el 28 de enero de 1930. La Monarquía encabezada por Alfonso XIII había entregado el poder a Primo de Rivera en 1923, por lo que su legitimidad estaba directamente ligada a la supervivencia de la dictadura primorriverista. Sin embargo, tras la renuncia del dictador, el régimen monárquico trató de reconducir la situación política en España y poner freno al creciente anhelo de instaurar una República en España, aunque sin mucho éxito.

El Rey encargó formar un nuevo gobierno al general Dámaso Berenguer, cuyo objetivo principal fue salvar la Monarquía. Pero las conspiraciones militares en favor de la República, como la de Fermín Galán, y el apoyo que recibió ésta de las principales figuras civiles de la política contrarias a la Monarquía, como Niceto Alcalá Zamora, Francisco Largo Caballero o Fernando de los Ríos, precipitaron la caída de Berenguer el 14 de febrero de 1931. Por iniciativa del conde de Romanones, Alfonso XIII encargó la formación de un nuevo gobierno a Juan Bautista Aznar. Su primera medida fue convocar

²⁶ GUBERN, Román. *Precariedad y originalidad del modelo cinematográfico español*, en “GUBERN, Román (et al.). *Historia ...*”, *op. cit.*, p. 16.

unas elecciones municipales el 12 de abril que adquirieron un carácter plebiscitario sobre la forma de Estado. Los resultados de las elecciones favorecieron en un principio a las candidaturas monárquicas, que obtuvieron 30.000 candidaturas frente a las 9.000 republicanas. Sin embargo, 18.000 de las candidaturas monárquicas se otorgaron por el artículo 29 de la Ley Electoral, que impedía las elecciones donde no había más de una candidatura. En los núcleos urbanos, donde sí había más de una candidatura y las prácticas caciquiles de falseamiento del voto no se producían, las candidaturas republicanas vencieron en 41 de las 50 capitales de provincia. El 14 de abril de 1931 la ciudad de Éibar proclamó la República Española, ejemplo que sería seguido por otras ciudades españolas. Ese mismo día Alfonso XIII salió del país consciente, tal y como él mismo expresó, de no tener el amor de su pueblo, aunque sí conservó íntegra buena parte de su fortuna.

Así llegó la Segunda República a España, de forma pacífica, democrática y festiva.

2.1.3. Gobierno provisional y Constitución de 1931

El nuevo Gobierno Provisional lo presidió Niceto Alcalá Zamora y una de sus primeras medidas fue la convocatoria de elecciones a Cortes Constituyentes para la elaboración de una nueva Constitución y establecimiento de un nuevo modelo de Estado democrático. El texto resultante fue la Constitución de 1931 y se aprobó, no sin grandes complicaciones previas, el 9 de diciembre. De este modo España quedó constituida como “una República de trabajadores de toda clase, que se organizan en régimen de Libertad y de Justicia²⁷”. Esta constitución otorgó mayor poder a la Cámara de Representantes que al Gobierno y al presidente de la República, estableció el principio de laicidad del Estado y reconocía un régimen autonómico con limitaciones.

Alcalá Zamora, elegido por las Cortes presidente de la República, encargó a Manuel Azaña la formación del primer gobierno constitucional, dando origen el periodo conocido como bienio social-azañista (1931-1933).

²⁷ Constitución Española de 1931. Artículo 1º.
<http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf> (5/12/2016), p. 4.

2.1.4. Bienio social-azañista

Este primer gobierno tenía como objetivo acometer las reformas necesarias para articular el nuevo Estado y poner en marcha los principios emanados de la Constitución de 1931. Hubo de enfrentarse por un lado a los sectores más reaccionarios decididos a acabar con la República y mantener el estatus de dominación política, económica y social imperante, y por otro a las organizaciones obreras que luchaban contra lo que consideraban un nuevo régimen burgués y sus reformas insuficientes.

El bienio azañista se caracterizó por emprender varias reformas estructurales.

En primer lugar, puso en marcha la reforma militar con el fin de convertir al Ejército en un instrumento para hacer cumplir los deberes cívicos. Se suprimieron cargos superfluos, pero también a los capitanes generales y el Consejo Supremo de la Guerra y de la Marina. Además, se llevó a cabo una reducción a menos de la mitad de los efectivos. Estas medidas granjearon a Azaña la enemistad de muchos oficiales.

También acometió la necesaria reforma agraria. Se tomaron medidas insuficientes y mal aplicadas para terminar con la existencia de latifundios de bajo rendimiento. Como era de esperar, los sectores oligárquicos pusieron en marcha todos sus recursos para impedir las demandas de la clase trabajadora, mientras que la conflictividad social seguía creciendo y aumentaba el número de huelgas.

La otra gran cuestión fueron los Estatutos de Autonomía de Cataluña, Euskadi y Galicia. El *Estatut* catalán se aprobó gracias al talante político de Azaña y, si bien no sirvió para satisfacer las demandas de autodeterminación de los nacionalistas catalanes, representados sobre todo en Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), otorgó niveles de gestión nunca vistos hasta el momento. En Euskadi y Galicia, regiones más conservadoras y de tradición católica, el proceso era más complicado. En Euskadi existía una base social ligada al nacionalismo y expresada políticamente en el Partido Nacionalista Vasco (PNV), un partido conservador y católico, enfrentado al nuevo régimen republicano y al Partido Socialista Obrero Español (PSOE); mientras que Galicia no poseía una base social tan sólida en favor de la autodeterminación. Ninguno de estos territorios vio culminado el proceso de los estatutos debido a la sublevación militar de 1936.

El final del bienio azañista fue por una parte consecuencia de una serie de sucesos puntuales, como la inestabilidad militar, pues el general José Sanjurjo encabezó un golpe de Estado fallido en agosto 1932, y por la conflictividad social, siendo los sucesos más dramáticos los ocurridos en Casas Viejas en 1933, donde varios campesinos revolucionarios de ideología anarquista fueron asesinados por la Guardia Urbana. Pero, por otra parte, el desgaste del gobierno de Azaña se debió a la improvisación en la gobernación y en la división interna que enfrentaba duramente a los socialistas con los radicales de Alejandro Lerroux.

2.1.5. Bienio radical-cedista

En las elecciones de marzo de 1933 la derecha obtuvo más del 50% de los Diputados, dando lugar al periodo republicano conocido como bienio radical-cedista. Este gobierno se caracterizó por su conservadurismo y por el intento de deshacer las reformas iniciadas en la etapa anterior, especialmente la agraria y la autonómica.

En un primer momento se instauró un gobierno con el dominio del Partido Radical de Lerroux y el apoyo del centro-derecha. Las divisiones internas de los radicales hicieron mella en el gobierno, mientras que la Confederación Española de Derechas Autónomas (CEDA) de José María Gil Robles veía su oportunidad de entrar en el gobierno. Así, en octubre de 1934, Alejandro Lerroux formó un nuevo gobierno con miembros de la CEDA, el más estable de este bienio.

La entrada en el gobierno de la CEDA provocó que las organizaciones obreras PSOE, Unión General de Trabajadores (UGT) y, en desigual medida, Confederación Nacional del Trabajo (CNT), Federación Anarquista Ibérica (FAI) y Partido Comunista de España (PCE), convocasen una huelga revolucionaria el 5 de octubre. Fue secundada en numerosos puntos de la geografía española, como Madrid, Cataluña, Vizcaya, Córdoba o Cantabria, produciéndose duros enfrentamientos y una fuerte represión. Sin embargo, fue en Asturias y en el norte de León donde la insurrección del proletariado triunfó y mantuvo el pulso a la oligarquía que formaba parte del gobierno. El gobierno tomó la decisión de enviar al Ejército, liderado entre otros por Francisco Franco, para frenar el proceso revolucionario asesinando y reprimiendo a los huelguistas. La destrucción material de

infraestructuras, casi 4.000 víctimas y 30.000 prisioneros es el balance que la derecha y el ejército dejaron en Asturias.

El escándalo de corrupción del estraperlo deterioró por completo la imagen del Partido Radical y de Lerroux²⁸. Ante la negativa de Alcalá Zamora de encomendar a Gil Robles la formación de un gobierno, se convocaron elecciones para febrero de 1936.

2.1.6. Frente Popular y sublevación militar

El Frente Popular, integrado por todos los partidos de izquierdas, tanto burgueses como obreros, y apoyado por los sindicatos obreros UGT, FAI y CNT, obtuvo una victoria incontestable en las urnas, pues se hizo con casi el 60% de los Diputados. Niceto Alcalá Zamora fue sustituido por Manuel Azaña como presidente de la República, quien encomendó a Casares Quiroga la formación de gobierno.

Sus principales medidas fueron la aprobación de una amnistía para los presos de la Revolución de octubre, la restitución de Lluís Companys al frente de la *Generalitat*, la aceleración de las expropiaciones de tierras, la puesta en marcha de medidas en contra de los privilegios de la Iglesia y la dispersión de los militares sospechosos de traición a la legalidad republicana, entre ellos Francisco Franco y Emilio Mola que fueron destinados a Canarias y a Pamplona respectivamente.

El gobierno se mostró incapaz de gestionar las demandas de la clase obrera y del campesinado, las cuales exigían un reparto equitativo de las tierras y la materialización de un nuevo orden económico y social más justo. Tampoco supo prevenir la radicalización de las oligarquías españolas y la conspiración militar que habían puesto en marcha Sanjurjo y Mola. El 12 de julio de 1936 unos pistoleros falangistas asesinaron a José Castillo, teniente de la Guardia Urbana en Madrid y afiliado al PSOE. La respuesta

²⁸ TOWNSON, Nigel. “La ruptura de un consenso: los escándalos «Straperlo» y «Tayá»”. Revista *Historia y política*, nº 4, diciembre de 2000, pp. 31 y 32. <file:///C:/Users/pc/Desktop/Descargas/Nigel.Townson.pdf>, (21/02/2017): “(...) la reputación del lerrouxismo estuvo marcada desde muy temprano por un lastre: la corrupción. (...) sobre todo a un escándalo de 1935: el Straperlo. Tal fue el efecto de ese escándalo sobre la sociedad española que la palabra «Estraperlo» se convirtió en sinónimo de mercado negro. (...) El escándalo del «Straperlo» estalló en octubre de 1935. Según la denuncia de Daniel Strauss, un empresario de origen alemán que había adquirido la nacionalidad mejicana, él había pagado una serie de sobornos a miembros del Partido Radical, incluyendo ministros, para conseguir la licencia de un juego de azar que tenía el nombre de «Straperlo». (...) las autoridades, primero en septiembre de 1934, y después en octubre del mismo año, habían prohibido la práctica del juego (...)”

de sus compañeros fue secuestrar y asesinar al monárquico José Calvo Sotelo. Estos acontecimientos precipitaron la sublevación militar entre los días 17 y 18 de julio.

Los sectores oligárquicos españoles, temerosos de los posibles avances de la clase trabajadora española, apoyaron e instigaron a las facciones militares más reaccionarias del Ejército español. Todo este entramado de alianzas reaccionarias fue legitimado por la Iglesia Católica que había visto menguada su influencia en nuestro país, especialmente en materia educativa. El golpe de Estado tuvo un carácter autoritario y filofascista y su fracaso trajo consigo una larga y cruenta Guerra Civil que duró hasta el 1 de abril de 1939. Una guerra que desde sus inicios se caracterizó por una violencia inusitada en ambas zonas del conflicto. Aunque es preciso matizar que en el bando de los sublevados el uso de la violencia estuvo perfectamente articulado mediante “la detención, tortura, desaparición forzada y eliminación física de miles de personas por motivos políticos e ideológicos²⁹”. La consigna de los militares sublevados fue la de exterminar al enemigo completamente y a cualquier precio³⁰. No sólo historiadores y jueces han denunciado este hecho, sino que a través de las propias declaraciones de los militares golpistas se confirma por qué la confrontación bélica adquirió unos niveles de crueldad tan extremos³¹.

Tres años de conflicto bélico pusieron fin a la etapa republicana. A continuación, se impuso en España un régimen dictatorial de carácter fascista, sobre todo en los primeros años, profundamente marcado por una posguerra que hundió al país económica, política,

²⁹ GARZÓN, Baltasar. *Auto del Juez Baltasar Garzón*. Juzgado Central de Instrucción N° 005, Audiencia Nacional. diligencias previas Proc. abreviado 399/2006 V. Madrid: 2008. <[www.abc.es/gestordocumental/uploads/nacional/autogarzon\(1\).doc](http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/nacional/autogarzon(1).doc)>, (5/12/2016), p. 15.

³⁰ LUENGO, Félix y AIZPURU, Mikel. *La Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid: Alianza Editorial, 2013, p. 219: “La violencia franquista fue la consecuencia de una política de “limpieza”, ideológica dirigida desde arriba, de forma sistemática, con el fin de recuperar el orden social eliminando físicamente a los malos españoles, y utilizando la violencia y el terror como modo coercitivo de dominio político. Una violencia y una represión que, mitigada y judicializada en sus formas, se mantuvo inalterable durante toda la guerra e incluso en la larga posguerra en la que se siguieron ejecutando penas de muerte, encarcelamientos y depuraciones”.

³¹ FERNÁNDEZ LIRIA, Carlos y CASADO ARENAS, Silvia. *¿Qué fue la Guerra Civil?: Nuestra historia explicada a los jóvenes*. Madrid: Akal, 2017, p. 36: “Es necesario crear una atmósfera de terror, hay que dejar sensación de dominio eliminando sin escrúpulos ni vacilación a todo el que no piense como nosotros. Tenemos que causar una gran impresión, todo aquel que sea abierta o secretamente defensor del Frente Popular debe ser fusilado”.

QUEIPO DE LLANO, Gonzalo. Discurso radiofónico pronunciado en Sevilla en 1936 a través de Radio Sevilla, <<https://www.youtube.com/watch?v=9weVo7tCvjc>>, (05/12/2016): “Nuestros valientes Legionarios y Regulares han enseñado a los cobardes rojos lo que son hombres de verdad, y a sus mujeres. Esto está justificado, porque estas comunistas y anarquistas predicán el amor libre. Ahora, al menos, sabrán lo que son hombres de verdad, y no milicianos maricones. No se van a librar por mucho que berreen y pataleen”.

social e, incluso, moralmente. El régimen fue virando hacia una dictadura cuya base ideológica ha sido denominada muchas ocasiones como nacionalcatolicismo.

2.1.7. La II República y la cultura

Queda claro que los últimos años de la Dictadura de Primo de Rivera y el periodo republicano estuvieron marcados por la constatación de la transformación de España, reflejada en los cambios políticos, económicos y sociales que se sucedían en cuestión de meses. Álvaro Ferrary refleja que:

“La caída de la Dictadura de Primo de Rivera sirvió de confirmación de los profundos cambios políticos, sociales y económicos experimentados en España desde 1876. (...) Esos rasgos de mayor modernidad eran claramente visibles en la sociedad española, en la que además de estar desarrollándose una actividad cultural de calidad y de vanguardia (...) irrumpían y se desarrollaban actividades como el cine o el deporte de masas, se incrementaba el número de teléfonos y de automóviles, o se daban pasos cada vez menos tímidos hacia modelos de comportamientos más desenvueltos y libres”³².

En este contexto histórico cargado de agitación social y cambios políticos, la cultura experimentó un gran desarrollo en todas sus formas, desde la producción literaria de la Generación del 27 hasta el desarrollo técnico e industrial del cine español, la denominada *Época dorada del cine español*.

En torno a la proclamación de la II República se instauró un ideal de progreso ligado a la formación cultural, dando por hecho que la única forma de sacar a España de su histórico atraso e introducirla en el mundo moderno era la mejora de la educación en todos sus niveles, desde la educación infantil a la formación universitaria. Esta premisa se utilizó como instrumento de configuración del nuevo Estado republicano, con bastante éxito. Fue posible porque la secundaban por un lado los sectores de la burguesía liberal y republicana, impulsores de una formación de muy alta calidad, pero de carácter elitista, y por otro lado los sectores en los que se organizaba la clase obrera española, que

³² FERRARY, Álvaro. *La Segunda República Española (1931-1936)*, en “PARADAS, Javier (dir.). *Historia de España Contemporánea*. Barcelona: Sello Editorial, 2009”, p. 689.

consideraban la educación como un elemento principal que los trabajadores tenían que utilizar para lograr su emancipación y superar la explotación capitalista del hombre por el hombre.

El régimen republicano, que ha sido denominado en alguna ocasión como un proyecto cultural en sí mismo, puso especial atención, no sólo en regular la educación para hacerla universal y laica, sino que también promovió y apoyó la difusión de la cultura por medio de numerosas iniciativas, tales como la creación de las Misiones Pedagógicas, cuyo principal impulsor fue Bartolomé Cossío, o La Barraca, la compañía de teatro que iba de pueblo en pueblo para llevar a la cultura a todos los rincones del país de la mano de Federico García Lorca. Para el gobierno republicano y los intelectuales de la época, la educación y la cultura eran la base sobre la que afianzar una mentalidad democrática en España.

En 1932 se creó el Consejo Nacional de Cultura, cuya tarea principal fue la promoción y el asesoramiento en materia cultural, es decir, en museos, bibliotecas, cultura popular, teatro, cine, conferencias y cursos... Fue en este periodo cuando se dieron a conocer otras formas de expresión artística que iban en consonancia con la mentalidad de un mundo moderno y cambiante, como la fotografía, el diseño gráfico o, ese gran fenómeno artístico que se convirtió en uno de los medios de comunicación de masas más importantes de la Historia, el cine.

2.2. El advenimiento del cine sonoro

Al igual que se torna necesario enmarcar el cine español de los años treinta en el contexto económico, político y social de la II República, es fundamental hacer una breve referencia a la llegada del cine sonoro a España.

Al margen de otros acontecimientos, el cine español de la II República se caracteriza por su desarrollo a partir del advenimiento del cine sonoro. De esta forma, a las convulsiones sociopolíticas de la España de los años treinta, se une el desafío tecnológico que suponía la invención del cine parlante. A finales de los años veinte llegaron a España

diversos sistemas para realizar cine sonoro, como el Phonofilm de Lee de Forest, que adquirió el empresario beliforano Feliciano Vítors para producir la primera película hablada en castellano y rodada en España, *El misterio de la Puerta del Sol* (1929) de Francisco Elías, o el sistema Movietone de la Fox. Incluso hubo diferentes sistemas de sonorización españoles como los desarrollados por Alberto Laffon y Ezequiel Selgas, denominado Laffon-Selgas, o el sistema de sincronización sonora Filmófono, llevado a cabo por Ricardo Urgoiti. A partir de 1929, la empresa estadounidense Western Electric instaló los primeros equipos para la proyección de cine sonoro, dando inicio a la presencia del nuevo fenómeno fílmico en los sectores de la distribución y de la exhibición.

Es fácil imaginar los problemas logísticos que generó este invento en la débil industria cinematográfica española. Cualquier empresa o empresario que quisiera poner en marcha una producción tenía que depender de la tecnología sonora extranjera, estadounidense y alemana en la mayoría de los casos. Ahora bien, productores y exhibidores españoles hubieron de sufrir tremendos abusos económicos por parte de las empresas cinematográficas extranjeras que alquilaban sus equipos sonoros, así como hacerse cargo de los altos salarios de los técnicos que manejaban los aparatos³³.

Las soluciones por las que optaron los profesionales de la industria cinematográfica fueron variadas.

En primer lugar, se encuentran aquellos profesionales que optaron por la producción de películas españolas en estudios franceses, alemanes e ingleses. Este es el caso de los distribuidores Ricardo Urgoiti y Saturnino Ulargui. Éste aprovechó sus relaciones comerciales con la UFA alemana, de la que poseía la exclusiva de la explotación comercial de sus productos en España, para formar parte del convenio anglo-germano BIP-UFA y participar en la producción de *La canción del día / Spanish Eyes* (1929), dirigida por George Berthold Samuelson en Inglaterra. Otros cuatro títulos españoles se rodaron en estudios extranjeros. Las distribuidoras Renacimiento Films y Cinaes participaron en una coproducción franco-alemana, de la UFA y de Pierre Braunberger, titulada *El amor solfeando / L'amour chante* (1930) de Robert Florey. Julio César, otra

³³ Un ejemplo claro, que refleja Román Gubern en *El cine sonoro de la II República (1929-1936)*. Barcelona: Lumen, p. 18, sería la estrategia comercial adoptada por Western Electric. Esta empresa norteamericana no vendía sus equipos a los exhibidores españoles, sino que los alquilaba por cifras que oscilaban entre 200.000 y 400.000 pesetas.

distribuidora española³⁴, acometió la producción de dos films, *La bodega* (1930), rodada en los estudios Nathan de París, y *El embrujo de Sevilla* (1930), realizada en los estudios de la UFA en Berlín, ambas dirigidas por Benito Perojo. La última producción llevada a cabo en el extranjero fue *Cinópolis* (1931) de José María Castellví, rodada en los estudios parisinos de Gaumont. Estas iniciativas resultaron ser un fracaso en lo comercial, aunque sirven para comprobar cómo algunos empresarios de la cinematografía española habían detectado las posibilidades que ofrecía el cine sonoro en términos éxito mercantil.

Otra táctica empleada por nuestros profesionales fue llevar a cabo la sonorización a posteriori de películas mudas españolas en estudios extranjeros y nacionales. Ejemplo de este recurso fue la película *Fútbol, amor y toros* (1929) de Florián Rey, que se sonorizó mediante el sistema Filmófono. El film *La aldea maldita* (1931), también de Florián Rey, fue la única película muda sonorizada con posterioridad en los estudios Tobis de París. El director Edgar Neville, que había asistido al nacimiento del cine sonoro en Hollywood, filmó *Yo quiero que me lleven a Hollywood* (1931) mediante el sistema Filmófono y sin ningún tipo de intervención extranjera. Sin embargo, las producciones vinculadas a este modelo tampoco tuvieron el éxito esperado, en gran medida por la pésima calidad de estos sistemas de sonorización.

Por último, se ha de mencionar el fenómeno migratorio de profesionales españoles a Hollywood y a los estudios de la Paramount en Joinville (París) para la realización de producciones extranjeras en castellano. Entre los profesionales que intervinieron en la confección de estas producciones castellanoparlantes en Hollywood, destacaron nombres de la relevancia de Benito Perojo o Edgar Neville, mientras que en los estudios parisinos Joinville estuvieron presentes destacadas personalidades del cine español como Florián Rey o Eusebio Fernández Ardavín. La estrategia norteamericana se basó en dos modelos de producción, películas de versión única en castellano, como *Mamá* (1931) de Benito Perojo, por un lado, y versiones castellanas de films estadounidenses, como *El código penal* (1931) de Phil Rosen -*The criminal code* (1931) de Howard Hawks-, por otro. Este modelo de producción de cine sonoro en castellano también resultó ser un fracaso, motivado en gran parte por la visión hollywoodiense del mercado hispanoparlante como subdesarrollado. Hay que tener en cuenta datos tan relevantes como que sólo dieciséis de

³⁴ Tal y como veremos en posteriores apartados, el papel de las distribuidoras en el desarrollo de la producción de cine español en los años de la II República fue fundamental. Muchos distribuidores se lanzaron a producir cine sonoro español, conscientes del rendimiento económico que podía suponer.

las ciento veintitrés películas producidas por empresas norteamericanas, es decir, apenas un 13%, fueron dirigidas por españoles. Además, el público español rechazó este tipo de films, en los que se mezclaban acentos españoles y latinoamericanos y que carecían de los elementos folclóricos y costumbristas que tan apreciados iban a ser un par de años después.

Uno de los hechos más relevantes ocurridos durante la etapa republicana fue la celebración del Congreso Hispanoamericano de Cinematografía en octubre de 1931, aunque su preparación se llevaba gestando desde 1928. El objetivo principal fue hacer frente a la colonización estadounidense de las pantallas españolas y latinoamericanas. Participaron intelectuales, escritores, directores, capitalistas, diversas instituciones, ... Las claves de este acontecimiento las resume a la perfección Emeterio Diez Puertas:

“El Congreso Hispanoamericano de Cinematografía propone en sus conclusiones una intervención de Estado en todos los temas que configuran una auténtica política cinematográfica: creación de instituciones públicas, examen de la legislación vigente para que no obstaculice la industria, cuotas de pantalla, régimen arancelario, filmotecas, edición de noticiarios y documentales, escuela de cine, normas de fonética para el cine hispano, defensa de la propiedad intelectual, fomento de la prensa cinematográfica, impulso de la música nacional en las bandas sonoras, incentivos para crear una tecnología cinematográfica propia o bien exención de impuestos a los exhibidores que proyecten películas nacionales. Sin embargo, la repercusión del congreso es mínima.³⁵”

Eso sí, es justo señalar que este congreso sí favoreció la creación de normas de carácter proteccionista como el impuesto del 7'5% que gravaba el alquiler de películas, el cual generó un gran malestar entre los distribuidores. De este hecho hablaremos más adelante.

Todos estos intentos iniciales que acabamos de repasar tratando de adaptarse a la producción parlante, tienen su fin a partir de 1932 con la creación de las infraestructuras necesarias para la realización de cine sonoro.

³⁵ DIEZ PUERTAS, Emeterio. *Historia social del cine en España*. Madrid: Fundamentos, 2003, p. 65.

En 1932 se inauguraron en Barcelona los estudios Orphea por iniciativa de Camille Lemoine, quien trasladó a la ciudad condal un equipo sonoro de la marca francesa Orphea para llevar a cabo una producción española, *Pax*, con Francisco Elías. El rodaje se detuvo por las constantes desavenencias entre productores, inversores y alquiladores. De los seis títulos que se rodaron en los estudios Orphea, destaca *Carceleras* (1932) de José Buchs, pues fue la primera película hablada en castellano, rodada en España y que tuvo una comercialización exitosa. Este film supone el arranque del cine sonoro español.

Poco después, entre 1932 y 1933, Madrid retomaría la iniciativa industrial con la creación de los estudios C.E.A. y E.C.E.S.A.

Un grupo de intelectuales, entre los que destacaban Jacinto Benavente o los Hermanos Quintero, decidieron la creación de C.E.A. (Cinematográfica Española y Americana) para producir cine español mudo y sonoro. Al frente de los estudios, que se ubicaron en Ciudad Lineal, se colocó a Eusebio Fernández Ardavín. Con la ayuda de capital alemán, se incorporaron a los estudios los equipos sonoros de la empresa germana Tobis Klang-Film. Uno de los largometrajes rodados en estos estudios, *El agua en el suelo* (1934) de Eusebio Fernández Ardavín, fue distribuido por Cifesa. Los enormes beneficios económicos que les reportó su comercialización supusieron la entrada de lleno de Cifesa en la producción de cine español.

Por su parte, algunos participantes del Congreso Hispanoamericano de Cinematografía constituyeron la sociedad E.C.E.S.A., para levantar unos estudios en unos terrenos cedidos por el Ayuntamiento de Aranjuez en 1931. Con escasa financiación, se inauguraron los estudios en 1933 con el film *Invasión* (1934) de Fernando Mignoni. También se rodaron en estos estudios conocidos títulos como *El negro que tenía el alma blanca* (1934) de Benito Perojo y *La hermana de San Sulpicio* (1934) de Florián Rey. En 1934, ante las deudas que arrastraba el proyecto, los estudios pasaron a ser propiedad de Philips y se denominaron Estudios Aranjuez, al frente de los cuales se situó Lorenzo Hahn.

A la creación de estos estudios les seguirían la fundación, en la capital española, de los Estudios Iberia Films en 1933, denominados Cinearte posteriormente, los estudios Ballesteros Tona Films en 1934, los Estudios Roptence en 1935 y los Estudios Chamartín, también en 1935. En Barcelona por su parte, se inauguraron en 1935 los Estudios Trilla y Estudios Lepanto.

La creación de las infraestructuras necesarias para la realización de cine español se inició en 1932 y en ella tuvieron un papel muy destacado profesionales pertenecientes a las tres ramas de la industria cinematográfica, producción, distribución y exhibición, así como inversores y capitalistas, nacionales y foráneos, de distinta procedencia empresarial.

2.3. El mercado cinematográfico en la España republicana

2.3.1. Las empresas de distribución cinematográfica activas entre 1931 y 1936

Antes de abordar los avatares de Saturnino Ulargui y su futura firma, Ufilms, en la industria cinematográfica española de la II República, ha de llevarse a cabo un análisis de la red de distribución cinematográfica en la península. Para ello, se ha efectuado un listado de las empresas que se dedicaron a esta actividad y operaron entre 1931 y 1936 que corresponde con el *Anexo I* de esta investigación. En la medida que las fuentes lo han permitido, se ha delimitado la actividad de estas firmas durante la etapa republicana. Ahora bien, hemos de tener en cuenta que muchas empresas fueron fugaces y no tuvieron continuidad en el tiempo. Otras muchas se fusionaban o se modificaban el nombre, por ello su rastreo se torna muy complicado. También nos encontramos el baile de directores, gerentes, agentes y representantes de una empresa a otra, como veremos más adelante en el caso concreto de Ufilms.

En la elaboración de dicho listado se han utilizado diversas fuentes documentales y bibliográficas, que han sido especificadas tanto en la bibliografía como en el *Anexo I*.

Resulta evidente pensar que este índice no es completo por múltiples razones. Es probable que no todas las empresas y empresarios se diesen a conocer en este tipo plataformas publicitarias, al igual que no tienen por qué aparecer todas y cada una de las sucursales de las que disponía una casa distribuidora, ni todos sus representantes y agentes. Del mismo modo, no se conocen los organigramas internos de todas las empresas, ni tampoco todos los títulos fílmicos que una firma de distribución ponía a disposición de los exhibidores españoles. Sin embargo, tal y como veremos más adelante,

se ha extraído y compilado la suficiente información empresarial como para delinear un mapa de la red comercial cinematográfica, su radio de acción y su funcionamiento interno. Es una lástima que los anuarios cinematográficos anteriores al de 1935 no fuesen tan completos, pues gracias a éste último se ha conseguido establecer las relaciones comerciales entre las grandes casas de distribución españolas y los distribuidores menores que operaban en regiones concretas de España.

Una vez realizado este índice de empresas dedicadas a la venta y el alquiler de films, es momento de llevar a cabo un análisis que facilite una visión más o menos aproximada de la red comercial cinematográfica española.

En la recopilación de empresas distribuidoras que mantuvieron actividad comercial en España entre 1931 y 1936, a través de los anuarios cinematográficos y prensa de la época, dos factores llaman la atención. El primero de ellos es el elevado número de empresas y particulares que se publicitan como distribuidores y alquiladores de películas. El segundo es su extensión a lo largo de todas las regiones del país, incluyendo no sólo las grandes ciudades y capitales de provincia como Madrid, Barcelona o Valencia, sino también poblaciones de menor entidad como Teruel, Mahón o Ciudadela. Se ha de señalar que, para la industria cinematográfica española, España se dividía en siete regiones³⁶:

- Centro: Madrid, Valladolid, Segovia, Ávila, Salamanca, Zamora, León, Palencia, Soria, Guadalajara, Toledo, Cuenca, Ciudad Real, Cáceres y Badajoz.

- Cataluña: Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona, Zaragoza, Huesca, Teruel e Islas Baleares.

- Norte: Vizcaya, Álava, Guipúzcoa, Burgos, Logroño, Navarra y Santander.

- Galicia: La Coruña, Lugo, Ourense, Pontevedra.

- Asturias: Oviedo y Gijón.

- Levante: Valencia, Albacete, Alicante, Castellón y Murcia.

³⁶ Véase la Imagen 3, extraída de *Cinematografía Española y Americana* (CEA) (eds.). *Anuario Cinematográfico Español de 1935*. Sala de Lectura de la Filmoteca Española (Madrid), p. 530.

- Andalucía, Islas Canarias y Marruecos: Sevilla, Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife, Melilla y Tetuán.

Como se ha señalado con anterioridad, es más que probable que el índice de empresas que se ha recopilado no sea completo, pues existe la posibilidad de que hubiese pequeñas firmas o empresarios independientes que no se anunciaran en los anuarios, aunque sí llevasen a cabo una actividad comercial, por lo que las cifras de las que se hablará a continuación son aproximadas. Sin embargo, se trata de un listado muy completo dada la gran relevancia publicitaria e informativa que los anuarios adquirieron en los años treinta para la industria cinematográfica. Así lo reflejaban en 1935 figuras destacadas del cine español como el distribuidor y productor Saturnino Ulargui, el guionista José Santugini o el director Fernando Roldán:

“D. Saturnino Ulargui.

El Sr. Ulargui activo distribuidor que introdujo en España la marca UFA, nos manifiesta su opinión de un modo conciso pero halagador para nosotros: El ANUARIO CINEMATOGRAFICO ESPAÑOL es la única obra de consulta de verdadera utilidad para el distribuidor de películas. No creo que a ninguno de ellos le falte en su despacho³⁷”.

“D. José Santugini.

Esta destacada figura de la cinematografía, de forma tan concisa como espontánea, nos dice: ¿Un juicio crítico sobre el ANUARIO? Pues... el ANUARIO CINEMATOGRAFICO ESPAÑOL es la superproducción de los anuarios. Un anuario cien por cien. La obra deseada y esperada hace tiempo que, felizmente, llega a facilitar la labor de todos los que dedicamos nuestros entusiasmos y nuestras actividades a la cinematografía³⁸”.

³⁷ Cinematografía Española y Americana (CEA) (eds). *Anuario...*, *op. cit.*, p. 11.

³⁸ *Ibíd.*, p. 11.

“D. Fernando Roldán.

El inteligente director que ha sabido destacar poderosamente su personalidad en varios films españoles muy estimables, nos dice: Creo que un ANUARIO CINEMATOGRAFICO como el de ustedes es para nosotros, los directores, de una utilidad y conveniencia altamente beneficiosa. Es una obra de consulta tan necesaria, que yo, lo digo francamente, la he echado de menos hasta ahora. ¿Dónde encontrar, en efecto, el domicilio de la marca que buscamos, de la actriz que necesitamos para nuestro próximo film, del dibujante que ha de hacernos nuestros carteles (...)?”³⁹”.

Al margen de las consideraciones que existiesen en torno a las fuentes manejadas, se contabilizan un total de cuatrocientas quince empresas de distribución cinematográfica en activo en todo el país durante la II República. La industria cinematográfica española a inicios de los años treinta se caracteriza por una marcada segmentación de casas productoras, distribuidoras y exhibidoras. Quizá el sector de la distribución es el que mejor ejemplifica este elevado número de empresas dedicadas al cinema, un número que por otra parte no deja de aumentar año tras año desde la llegada del fenómeno fílmico a España. Las evidencias de la rentabilidad económica que presumiblemente proporcionaba la venta y alquiler de películas pueden verse reflejadas en este constante aumento. En 1930, cuando el régimen monárquico de Alfonso XIII daba sus últimos coletazos, existían en España unas ciento cincuenta casas de distribución activas, mientras que en 1933 este número ya superaba las ciento sesenta. Si bien es cierto que existe un crecimiento empresarial constante en este sector, se observa que las casas distribuidoras cuadruplicaron su presencia en España en apenas dos años, entre 1934 y 1936. Es posible que una de las razones sea la eficiencia a la hora de compilar la información de los editores del *Anuario Cinematográfico Español de 1935*, lo cual es bastante probable si tenemos en cuenta que su edición corrió a cargo de los estudios Cinematografía Española y Americana (CEA). Ahora bien, la proliferación de empresarios dedicados a este negocio es paralela a la consolidación del cine como un fenómeno de ocio de masas entre la sociedad española y al desarrollo de la producción nacional de películas durante la II República.

³⁹ *Ibíd.*, p. 11.

A partir de la década de 1920 se inició un proceso de conversión del cine en un fenómeno de ocio global para constituirse, una década después, como una industria cultural basada en el consumo de productos cinematográficos⁴⁰. Este fenómeno se produjo mayoritariamente en las grandes ciudades españolas, aunque también estuvo presente en las ciudades y pueblos de provincias. El cine extranjero, especialmente el norteamericano, pero también francés y alemán, cautivó a los espectadores españoles y lideró las taquillas españolas desde que sus producciones llegaron masivamente a nuestro país durante la I Guerra Mundial. La llegada del cine sonoro propició una crisis en la producción española, en gran parte por el desafío tecnológico que requería tal avance en una industria débil e incapaz de mantener un progreso continuo y estable. Sin embargo y una vez que pasó este primer momento de confusión, la combinación de varios factores puso en marcha una de las épocas de mayor esplendor del Cine Español.

En primer lugar, se produjo el desarrollo de las infraestructuras cinematográficas, siendo de vital importancia la construcción de estudios cinematográficos como Orphea en Barcelona, en 1932, o C.E.A. y E.C.E.S.A. en Madrid, en 1932 y 1933 respectivamente. Mientras tanto, los empresarios que se dedicaban a la distribución cinematográfica acumularon capital suficiente como para llevar a cabo producciones completamente españolas. La llegada del sonoro despertó el gusto del público por lo “español”, por el costumbrismo y el folclorismo más arraigado. Frente a las dificultades que presentaba la utilización de subtítulos en una sociedad en la que las tasas de analfabetismo rondaban el 30% de la población total, o el rechazo generalizado que producían los malos doblajes y los intentos de Hollywood por monopolizar el mercado español a través de la producción de films en castellano, el cine español floreció con relativa rapidez. El público comenzó a llenar las salas para visionar películas que abordaban temas típicamente españoles, como el costumbrismo, el honor, la religión, la picaresca o la comicidad. Estos films se insertaban en ambientes rurales y urbanos claramente reconocibles para la sociedad española, incluyendo la plasmación de *lo español*, identificado comúnmente con los ambientes rurales andaluces, y de los particularismos regionales de la península. Los personajes que protagonizaban estas películas simbolizaban en mayor o menor medida los estratos sociales de la sociedad

⁴⁰ Este planteamiento lo desarrolla con claridad Vicente Benet en el capítulo *Formas de distracción* en “BENET, Vicente. *El cine ...*, op. cit., pp. 55 y 110”. No es la primera vez que se cita a este autor, pues efectúa un análisis muy interesante de cómo el cinematógrafo se convierte en un fenómeno global que influye de manera directa en la sociedad española.

española republicana, aunque se encontraban muy lejos de representar, analizar o denunciar las convulsiones sociopolíticas acaecidas durante la II República Española. Todo ello respaldado por el uso del “sonido”, refiriéndonos a éste como un catalizador en esa identificación cultural que el público experimentó hacia este moderno medio de comunicación. A los espectadores les gustaba escuchar los acentos españoles de los actores y sus formas de hablar y de expresarse, así como la inclusión de los géneros musicales tradicionales de la cultura popular española en las películas, como por ejemplo zarzuelas y coplas. Vicente Benet explica este proceso de identificación nacional aplicado a la cinematografía del siguiente modo:

“Pero el elemento decisivo de la construcción de una comunidad imaginada en los años veinte tiene que ver con el entrecruzamiento de dos factores básicos en la configuración de un modelo de entretenimiento vinculado a la consolidación de la industria cultural y del espectáculo. Y además, este entrecruzamiento cobra su máximo esplendor en un contexto histórico específico: el de la Segunda República. Los dos factores a los que me refiero son, en primer lugar, el desarrollo desde el Romanticismo y a lo largo de todo el siglo XIX de una recuperación de la cultura popular que entiende las danzas, los bailes, festejos y otras manifestaciones folclóricas o tradiciones (o, por supuesto, las lenguas propias) como expresiones de una *esencia nacional*. La etnografía, la filología o la investigación sobre la genealogía de las lenguas, las naciones, y sobre todo, de los pueblos, desarrollada en esos momentos, tendrán un impacto fundamental en los procesos de nacionalización de las masas. El segundo factor decisivo fue el entrecruzamiento de estas tradiciones recuperadas y/o reinventadas con los medios culturales y de comunicación de masas del siglo XX, especialmente las reproducciones sonoras (fonógrafos y discos intensificados con la radiodifusión) y el cine⁴¹”.

Por tanto, asistimos a un momento en que las productoras realizan películas españolas que los espectadores acogen con entusiasmo y se convierten en productos rentables para los distribuidores y los exhibidores. Ejemplos de este desarrollo fueron exitosas películas

⁴¹ BENET, Vicente. *El cine ..., op. cit.*, p. 97.

como *Nobleza baturra* (1935) y *Morena Clara* (1936) de Florián Rey, que fueron producidas por Cifesa. Esta empresa, fundada por Manuel Casanova y Vicente Casanova sólo tres años antes del estreno de *Nobleza baturra* y de la que hablaremos más adelante, dio el salto a la producción tras la acumulación de capital derivado de la distribución de films extranjeros, especialmente de Columbia Pictures, y producciones nacionales como *Agua en suelo* (1934) de Eusebio Fernández Ardavín y producida por los estudios CEA.

Esta combinación circunstancial entre la transformación del cine en una industria cultural de masas, el entusiasmo del público por las películas españolas y el acierto de productoras y directores a la hora de plasmar los gustos de la sociedad, hizo que la cifra de distribuidores se disparase en 1935. La distribución era una actividad baja en riesgo y altamente beneficiosa, por ello resulta lógico que hubiese un elevado número de emprendedores dispuestos a comercializar los productos fílmicos de otras empresas cinematográficas, ya fueran extranjeras o españolas. Muchos de ellos, se aventurarán al mundo de la producción y se convertirán en importantes impulsores del cine español de la II República, tratando de actuar como “productores totales”, al estilo de los productores hollywoodienses. Saturnino Ulargui es uno de estos aventureros del cine español.

Para 1936 se había tejido una red comercial a lo largo de la geografía española perfectamente articulada mediante la utilización de sucursales, agentes y representantes, lo cual ejemplifica la importancia comercial que había adquirido el fenómeno cinematográfico en España.

2.3.2. Las empresas de distribución cinematográficas extranjeras

En la red de distribución cinematográfica española ha de hacerse una distinción entre las firmas españolas y las firmas extranjeras. Dentro de éstas últimas, las marcas estadounidenses tuvieron un papel esencial en el desarrollo histórico de la industria cinematográfica española, no sólo por la presencia masiva de sus producciones y el control mercantil de todos los sectores industriales, sino también porque se convirtieron en el referente empresarial y el “rival a batir”. Productores, directores, periodistas, ... identificaron a las grandes compañías de Hollywood y sus métodos monopolísticos como el principal “enemigo” de cara a la creación de una industria cinematográfica nacional.

De las más de cuatrocientas casas de distribución, las ocho empresas estadounidenses más potentes, las denominadas *majors*, tuvieron presencia en territorio peninsular en los años 30 a través de filiales y representantes. Además, existían sucursales de empresas europeas como por ejemplo la British International Pictures (BIP) de Inglaterra, Bavaria Films y Universum Film AG (UFA) de Alemania o Block-Muza-Films de Varsovia (Polonia). Cabe mencionar también aquellas casas distribuidoras afincadas en la península, pero impulsadas por profesionales y capital extranjero, como por ejemplo las empresas españolas de capital judío Ibérica Films e Inca Films⁴². La gran mayoría de empresas de distribución eran españolas y se encargaban de representar a algunas productoras nacionales y a las productoras extranjeras que no tenían sedes en España, pero sí interés en el mercado hispano. Muchas empresas extranjeras contaban con representantes y agentes en España, no sólo por las ventajas de actuar en un mercado que prácticamente carecía de legislación, si no por el hecho de utilizar nuestro país como puente hacia las pantallas latinoamericanas. Para muchas firmas europeas, hablar del mercado español suponía hablar del mercado de sudamericano⁴³.

Nos encontramos analizando los años de la II República Española (1931 - 1936), un periodo en que la colonización por parte de Hollywood de las pantallas españolas es una evidencia. Esta situación no es fruto única y exclusivamente de la mayor calidad de las películas estadounidenses en comparación con las españolas, que también, sino que responde al éxito comercial de un modelo empresarial monopolístico. Las *big five* de las *majors* estadounidenses, Warner, Paramount, MGM, RKO y Fox, acometieron una recomposición industrial muy audaz con el advenimiento del cine sonoro. Establecieron como base de su consolidación empresarial el dominio de uno o varios de los tres sectores

⁴² Un estudio de los capitalistas y profesionales de la cinematografía de origen judío que se vieron obligados a huir de la Alemania nacionalsocialista y que establecieron negocios en la España republicana, lo encontramos en GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. "Exiliados judíos del Tercer Reich en el cine español: 1933-1936". Revista *Secuencias*, Nº 37. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2013, pp. 9-33. Del texto se extraen las conclusiones relativas a la: "participación de judíos exiliados del Tercer Reich en el cine español entre 1933 y 1936, años en lo que florece la industria cinematográfica española tras la crisis del sonoro. Se analizan aquí las estrategias de las empresas que estos exiliados forman o gestionan, y el papel de los técnicos y artistas en el conjunto de la cinematografía española (...)". p. 9.

⁴³ Tal y como señalan Marta Muñoz Aunión y Fernando González García en *El paraíso de los amigos del cine: las potencialidades del negocio cinematográfico en la España de la Segunda República vistas desde Europa*, en "PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía. El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016.", pp. 149-165, la prensa cinematográfica alemana reclamaba con vehemencia a sus profesionales del cine una intervención directa y eficaz, siguiendo las estrategias que ya habían puesto en marcha los norteamericanos en América Latina. No en vano los medios de comunicación alemanes reflejaban en los años treinta que "150 millones personas hablan castellano".

principales que articulan la industria cinematográfica: producción, distribución y exhibición.

Las *majors* norteamericanas hicieron llegar masivamente a Europa sus producciones cinematográficas durante la Primera Guerra Mundial, utilizando Gran Bretaña como plataforma para tal fin. Comenzaron distribuyendo noticiarios y películas de propaganda que justificaban su intervencionismo militar en Europa. En España empezaron distribuyendo sus productos a través de intermediarios españoles con reconocida experiencia en el sector, como fue el caso de Ernesto González, que en 1935 “(...) lleva más de treinta años dedicados al alquiler de películas (...)”⁴⁴, José Gurgui, o compañías como la barcelonesa Commercial Stock Films o las francesas Pathé y Gaumont. A partir de 1922 iniciaron una política comercial estratégica basada en la apertura de filiales, tal y como ya habían hecho en América Latina⁴⁵. Al frente de la gestión comercial de estas filiales colocaron a empresarios españoles por su mejor conocimiento del mercado español y por su mayor capacidad para la negociación con las alquiladoras más modestas y con los empresarios exhibidores de salas de provincias.

Entre 1922 y 1935, todas y cada una de las ocho grandes compañías cinematográficas americanas van fundar filiales en territorio español:

- Fundación de Hispano American-Universal Films Española S. A. en 1922, filial de Universal Pictures Corporation.

- Fundación de Hispano Fox Films S. A. E. en 1924, filial de 20th Century Fox Corporation.

- Fundación de Paramount Films de España S. A. en 1927, filial de Paramount Pictures Inc.

- Fundación de Metro Goldwyn Mayer Ibérica S. A. en 1928, filial de Loew's International Corporation (Metro Goldwyn Mayer).

- Fundación de Warner BROS. First National Films S. A. en 1932, filial de Warner BROS Inc.

⁴⁴ Compañía Cinematográfica Española y Americana (CEA), *Anuario...*, *op. cit.* p. 46.

⁴⁵ Como decíamos con anterioridad, este hecho ha sido denominado por Pablo León como “el imperio de las filiales”. LEÓN AGUINAGA, Pablo. *El cine ...*, *op. cit.*, pp. 36-40.

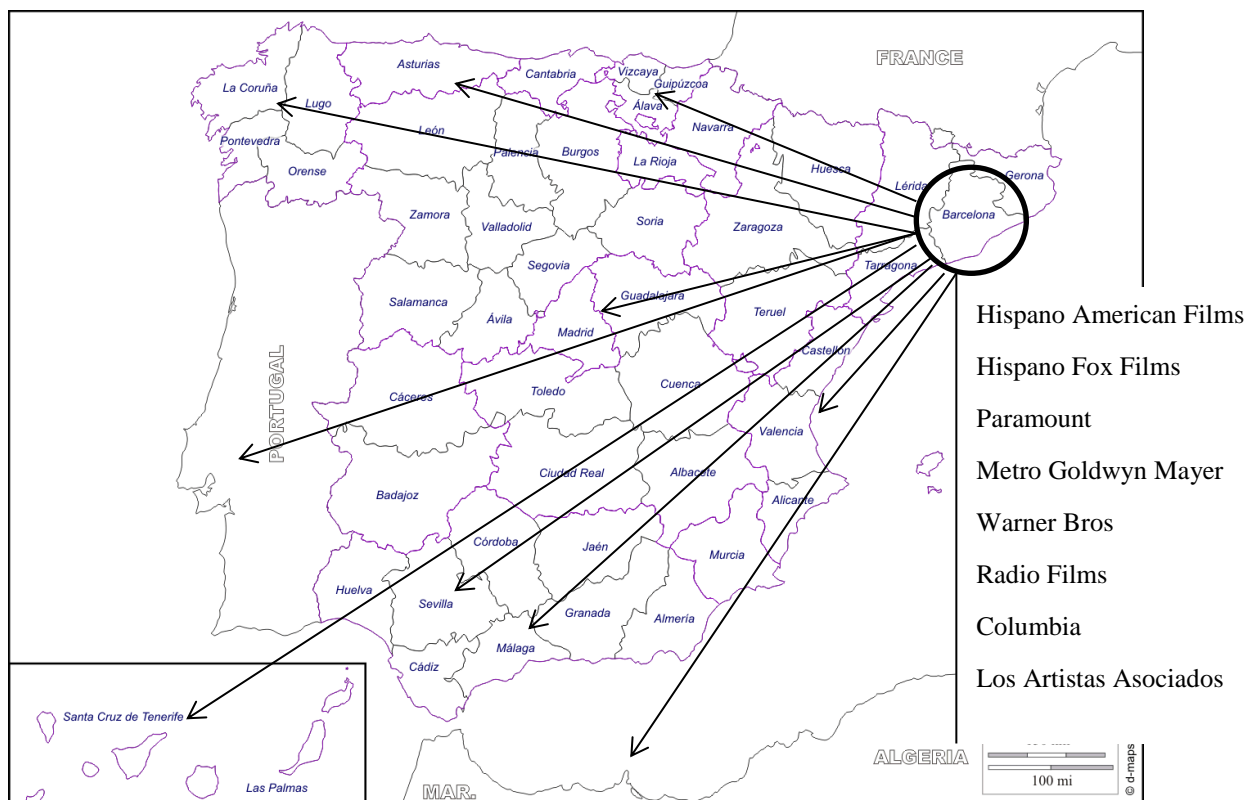
- Fundación de Radio Films S. A. E. en 1934, filial de Radio Keith Orpheum Inc.
- Fundación de Columbia Films S. A. en 1935, filial de Columbia Pictures Inc.
- Fundación de Los Artistas Asociados en 1935, distribuidor exclusivo de United Artists Inc.

Este proceso de fundación de filiales y, posteriormente, sucursales con el fin de distribuir los productos cinematográficos norteamericanos, no pasaba desapercibido para los profesionales del cine españoles. En un tono que claramente dejaba entrever cierta crispación, se expresaba el director Francisco Elías:

“(…) [El cine norteamericano] mediante concesionarios, había tomado ya [en 1918], por asalto España. Estos concesionarios se encargaron de acreditar el artículo y cuando éste se implantó sólidamente, el cine americano se deshizo de ellos y formó sus propias sucursales y agencias (empresas norteamericanas dobladas en sociedades anónimas españolas), alcanzando en poco tiempo el monopolio que no ha dejado de existir desde entonces⁴⁶”.

Las productoras norteamericanas instalaron sus sedes centrales en España en la ciudad de Barcelona. Desde aquí, distribuyeron sus producciones a lo largo de la geografía peninsular por medio de sucursales menores y agentes que se dedicaban a vender sus productos por las pequeñas salas de provincia. A continuación, vemos un mapa que ejemplifica esta situación.

⁴⁶ CAPARRÓS LERA, José María. *Memorias de dos pioneros: Francisco Elías y Fructuós Gelabert*. Barcelona: 1992. p. 21. J. M. Caparrós incluye en su obra las memorias de este realizador pionero de la Historia del Cine Español. A pesar de tratarse de la visión personal de un individuo, caracterizada por la exaltación nacional-católica española tan arraigada entre los simpatizantes del golpe de Estado militar de julio 1936, su lectura se torna fundamental. Este documento constituye un testimonio de primera mano del mundo cinematográfico español de los años treinta, incluida la colonización extranjera.



Mapa 1. Ubicación y expansión comercial de las *majors* norteamericanas

Vemos como todas y cada una de las *majors* eligieron Barcelona como centro neurálgico del mercado hispanoparlante, probablemente por su posición geográfica respecto al resto de Europa. Además, la ciudad condal fue tradicionalmente la “capital” cinematográfica española y si, primero en los años veinte y posteriormente en el periodo de la II República, el liderazgo en la producción de films se fue trasladando paulatinamente a Madrid, el sector de la distribución mantuvo su centro neurálgico en Barcelona:

“Como ya hemos visto en el sector de la producción, la actividad se traslada de Barcelona a Madrid al inicio de los años veinte. La distribución tardará todavía unos años más en fijar su gestión en la capital madrileña⁴⁷”.

La Hispano American Films, dirigida por Sigwart Kusiel, tuvo su sede en Barcelona y abrió una delegación en Madrid al frente de la cual situó a Miguel Ortiz. Posteriormente, contrató agentes y representantes para cubrir el resto del territorio español, como Manuel García en Valencia, Melitón de Eiguren en Bilbao o López Campanioni en La Coruña.

⁴⁷ GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine...*, op. cit., p. 160.

Hispano Fox Films estaba dirigida desde Barcelona por S. S. Horcen y su red de agentes se extendía por numerosas capitales españolas como Madrid, a través de Andrés López Moreno, Tarragona, por medio de Antonio Martra o Santa Cruz de Tenerife, cuya representación recaía en Luis Zamorano, entre otras muchas.

La Paramount, de la que fue director fue M. J. Messeri, abrió agencias por Madrid, Valencia, Sevilla, Bilbao o Lisboa. También contrató agentes como Bartolomé Guerrero para Las Palmas o representantes como Ramón Balet para Palma de Mallorca.

Metro Goldwyn Mayer se extendió por Madrid, Valencia, Sevilla, Palma de Mallorca, Bilbao, La Coruña y Santa Cruz de Tenerife.

La Warner Bros abrió sucursales en Madrid, Sevilla, Valencia o Bilbao, y contrató a agentes como Manuel de la Torre para Las Palmas o Ramón Balet para Palma de Mallorca.

Radio Films, la filial de RKO en España, cubrió nuestro territorio con la apertura de agencias en Madrid, Bilbao, Valencia y Sevilla.

Columbia, que hasta junio de 1935 había distribuido sus productos a través de Cifesa, abrió su filial en Barcelona y situó a José Planas como director. Al ser una de las productoras de Hollywood que más tardaron en establecerse en España, no se contabilizan agencias, pero es de esperar que aprovecharan la red comercial y las influencias personales de Cifesa.

Por último, Los Artistas Asociados, al frente de la cual se encontraban Luis Garrido Molina como director y Eduardo Gurt como gerente, estableció una red de agentes por la península. Así tenemos a Miguel López en Valencia, a Evaristo Laguna en Sevilla o Emilio Bertrán en Bilbao.

Queda constatado que las empresas norteamericanas establecieron una red de distribución que cubría el territorio español y, en algunos casos, el portugués. A través de esta red comercializaban sus productos cinematográficos, los cuales eran, por lo general, muy superiores técnicamente a las producciones españolas y mucho más numerosos. De hecho, la cantidad de largometrajes, cortometrajes, noticiarios, etc. es apabullante en comparación con la modesta industria de España. Por lo tanto, nos encontramos ante una situación empresarial muy favorable para las productoras de Hollywood, pues España

poseía una demanda muy elevada que su producción no podía cubrir y carecía de una legislación eficaz que protegiera el cine nacional y gravase la exportación de cine extranjero. Los empresarios norteamericanos fueron tejiendo esta red comercial con la ayuda de distribuidores españoles hasta que finalmente iniciaron su política de apertura de filiales y agencias propias. Así intervenían directamente en el segundo sector industrial clave, la distribución, es decir, la salida comercial de sus productos.

Se ha señalado que la industria cinematográfica norteamericana basó su éxito comercial en el control de los tres sectores centrales del cine: producción, distribución y exhibición. Siguiendo este modelo empresarial, también aseguraron la proyección de sus películas, bien mediante el control directo de salas de exhibición, como fue el caso de Paramount, que disponía de un cine de estreno propio en Barcelona, bien mediante la firma de acuerdos comerciales. Dichos acuerdos comerciales resultaron claramente abusivos para los exhibidores españoles. Entre otras cosas, se obligaba a las salas de exhibición a la contratación de lotes de películas por adelantado, así como otro tipo de cláusulas que favorecían a las *majors* a la hora de decidir qué film se estrenaba y cuándo, o el reparto de los gastos en las actividades publicitarias, llegando a cubrir los exhibidores hasta el 50% del total. Como refleja Emilio García Fernández:

“Las leoninas condiciones de los distribuidores estadounidenses dieron pie a que empresas del sector de la distribución lucharan contra imposición contractual, postura que llegó a afectar al negocio cinematográfico hasta que Paramount, M.G.M., Fox y otras firmas alquilaron directamente salas en las principales ciudades con el fin de ofrecer su propio material⁴⁸”.

Además de la creación y organización de este entramado comercial, las empresas de Hollywood también tuvieron en cuenta otros factores determinantes en el mercado cinematográfico español que, si bien no son objeto de este estudio, cabe mencionarlos para tener presente hasta qué punto la industria norteamericana es un gigante que pretende controlar todos los ámbitos comerciales. Ante la evidente falta de una producción nacional que cubriese la demanda de cine en España, las *majors* iniciaron la producción de películas habladas en castellano en sus estudios de Hollywood y de Joinville en París, hecho al que se ha hecho referencia en el segundo apartado de este capítulo dedicado a la

⁴⁸ *Ibíd.*, p. 166.

llegada e instalación del cine sonoro en nuestro país. Siguiendo esta línea, también pusieron en marcha estudios de doblaje, entre los que destacaron los equipos de la Metro Godlwyn Mayer que incorporaron actores de doblaje españoles y no latinoamericanos. Otro elemento que también tuvieron en cuenta fue la importancia de publicitar sus productos a través una cartelería llamativa y atractiva y mediante medios de comunicación propios. Este es el caso por ejemplo de la revista *La Antorcha*, una “publicación de Columbia Films S.A. para los empresarios⁴⁹”. En ella, se incluyen todo tipo de noticias y artículos relacionados con las producciones de esta casa, sus actores y sus directores, para constatar que “Columbia sale a buscar la predilección del exhibidor español con un lote de películas de sensación⁵⁰”.

Antes de concluir con este repaso de la actividad comercial de las distribuidoras extranjeras en España, conviene hacer una mención a la cinematografía alemana. En los años treinta, en pleno apogeo del Tercer Reich, la industria de cine alemana dispuso de un potencial suficiente como para poner en peligro la hegemonía cinematográfica norteamericana, no sólo en Alemania, también en el resto de Europa. Los alemanes pusieron en marcha una política expansionista con una evidente proyección empresarial para conquistar los mercados europeos y latinoamericanos. Esta es una de las razones por las que los profesionales del cine germanos miraron hacia España. Nuestro país era la plataforma para comercializar sus productos en los países sudamericanos de habla hispana. Por ello se insistía constantemente desde la prensa alemana especializada para que se explotase el mercado español, un mercado que, además de constituir un puente lingüístico y cultural con América Latina, demandaba productos cinematográficos como ningún otro país europeo.

Fueron varias firmas alemanas las que tuvieron presencia en España en los años 30. Por un lado, estuvieron aquellas que eran afines al régimen nacionalsocialista, como la UFA. Los productos de esta marca los introdujo Saturnino Ulargui en el país en 1926 y mantuvo la exclusiva de su distribución hasta 1932. Por otro lado, encontramos empresas

⁴⁹ Columbia Films (eds.). Revista *La Antorcha*. Barcelona: 15 de junio de 1935, N°1, p. 1. Con este encabezado se daba a conocer esta publicación de carácter quincenal dedicada a publicitar en España las producciones de Columbia.

⁵⁰ *Ibíd.*, Barcelona: 15 de septiembre de 1935, N°7, p. 3.

cinematográficas que fueron fundadas en España, pero promovidas por profesionales y capitalistas judíos que huían de aquel sistema político, como Ibérica Films o Inca Films⁵¹.

Ibérica Films, propiedad de David Oliver, fue fundada en 1933 con la intención de combinar el doblaje al español de películas extranjeras, la producción de películas directamente en castellano y su distribución internacional, la distribución en España de películas internacionales, la fabricación y distribución en España de películas de propaganda comercial, y la explotación de teatros. Se trata de una empresa de capital judío muy potente que viene a España con la intención de insertarse en todos los sectores de la industria fílmica.

Inca Films resulta importante en esta investigación por sus conexiones con Saturnino Ulargui, pues terminó por ser absorbida en 1935 por su empresa, Ufilms. Esta firma, promovida en 1933 por los profesionales judíos Geza Pollatschik y Eric Darmstaetder, tenía como objetivo principal la producción de films españoles, utilizando como medio de financiación el doblaje de varias películas alemanas, *El buque sin puerto*, *El salto en el abismo* (1933) de Harry Piel y *El cantor del amor* (1933) de Frederic Zelnik. Sin embargo, no debió de reportarles mucho éxito económico a juzgar por su posterior acuerdo con Ulargui en el que se establecía una colaboración para la realización de *Vidas rotas* (1934) de Eusebio Fernández Ardavín.

Estas dos empresas son las más relevantes de cara a esclarecer la importancia que tenía para una casa cinematográfica el control total o parcial de todos los sectores industriales. Eso sí, su éxito fue dispar y cuestionable. Como veremos más adelante, Inca Films, probablemente en busca de financiación, se vinculó a Saturnino Ulargui y, para 1935, sus actividades se fundieron con la empresa del riojano, Ufilms. Por su parte, Ibérica Films había logrado una cierta estabilidad empresarial, en parte por el dominio que había adquirido en las labores de distribución de films⁵². Sin embargo, dos incendios en Barcelona, uno en sus oficinas y otro en sus estudios de doblaje, además del atentado que sufrió David Oliver en 1934, supusieron enormes pérdidas económicas y el cese de su

⁵¹ GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. “Exiliados judíos...” *op. cit.*, pp. 11-17. El segundo apartado del citado artículo da cuenta de los orígenes de las empresas Ibérica Films e Inca Films, así como de su desarrollo y experiencias dentro de la industria cinematográfica española de los años treinta.

⁵² *Ibid.*, p. 15: “(...) Ibérica llevaba una carrera en ascenso, ya que tenía los derechos de distribución de las películas que doblaba y subtitulaba, se había constituido en distribuidora creando con Equitable Films París y con Atlantic Films, España, la empresa DASA (Distribuidores Asociados S.A.), y tenía la ambición de quedarse en exclusiva con la distribución de películas españolas en Sudamérica”.

progreso empresarial. Parece ser que los representantes de la industria cinematográfica alemana del Tercer Reich intentaban imponer sus intereses a toda costa, más aún si tenemos en cuenta el éxito que cosechaban las producciones de Cine Allianz distribuidas por Saturnino Ulargui. Lo cierto es que:

“A partir de 1935, ni Ibérica ni Inca vuelven a rodar en los Estudios CEA, que están vinculados con Tobis Klang-film, y utilizarán los Orphea, de Barcelona. Ibérica abandona la distribución en 18 de junio de 1935, cediendo su material a Artistas Asociados. Creo que todo esto puede ponerse en relación con el hecho de que en abril, Manuel Carreras Macaya, director de la UFA en España, había sido elegido como vocal en Consejo de Cinematografía por los distribuidores importadores de películas, y Rafael Salgado Cuesta, presidente de la Cámara de Comercio y de la CEA, como vocal de productores de películas. No se puede asegurar que estos nombramientos condicionasen la decisión de Ibérica de abandonar la distribución, pero son indicativos de la mayor implantación de los intereses alemanes en la cúpula de estas organizaciones. Si Macaya representa los intereses de la UFA, Salgado Cuesta representa los de Tobis: el 6 de junio se ha creado Hispano Tobis S.A., cuyo objetivo es vender en España las producciones de esta empresa, y las de CEA en Alemania. Ibérica, que muy poco antes había intentado liderar la distribución hispana en Sudamérica, se encontraría ahora en una posición muy desventajosa ante esta expansión de los intereses alemanes en España⁵³”.

Una cinematografía como la alemana en los años treinta, en plena expansión y capaz de poner en tela de juicio el dominio de Hollywood en los mercados europeos, utilizaba las mismas tácticas empresariales monopolísticas que los norteamericanos. Hemos comprobado que la distribución comercial de las producciones es una actividad clave en la acumulación de capital para las empresas extranjeras. Y a continuación veremos que ocurría algo muy similar con los empresarios de cine españoles.

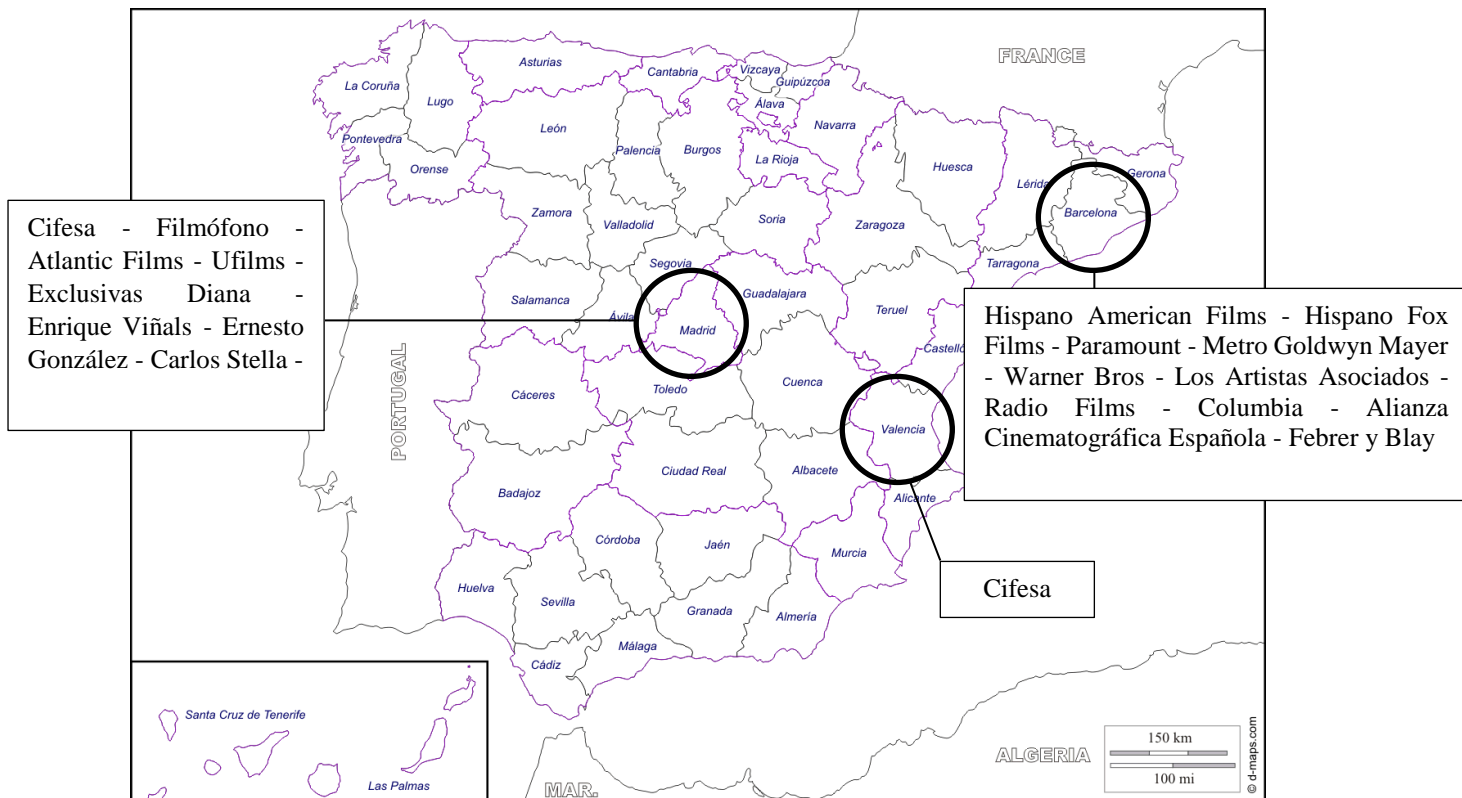
⁵³ *Ibíd.*, pp. 16-17.

2.3.3. Las empresas de distribución cinematográfica españolas

A través del listado de empresas y empresarios particulares dedicados a la venta y el alquiler de películas incluido en este estudio, se observa que la suma total de entidades activas entre 1931 y 1936 es extremadamente elevada. Es evidente que no existían cuatrocientas quince casas de distribución cada una de ellas autónomas entre sí. Ahora bien, lo que refleja este índice empresarial es la compleja red comercial que se había establecido durante los casi cuarenta años que el fenómeno cinematográfico llevaba instalado en España.

Es importante antes de abordar el análisis de las casas de distribución españolas, tener en cuenta la realidad comercial de la industria del cine español en los años treinta. Los profesionales del cine en España tuvieron que lidiar con el dominio hegemónico de las filiales estadounidenses que distribuían con suma eficacia sus producciones por toda la geografía española. A esta presencia extranjera se unen otras firmas españolas, impulsadas por profesionales y capitalistas extranjeros, interesadas en el mercado hispanoparlante, como los comentados casos de las empresas Inca Film e Ibérica Films.

La distribución cinematográfica en la España republicana se caracterizó por su extensa red comercial y su marcada atomización. Existían tres puntos neurálgicos, Barcelona, Madrid y Valencia, desde los cuales, las principales empresas distribuidoras españolas y extranjeras, comercializaban sus productos, tal y como se aprecia en el siguiente mapa.



Mapa 2. Ubicación de las distribuidoras más exitosas

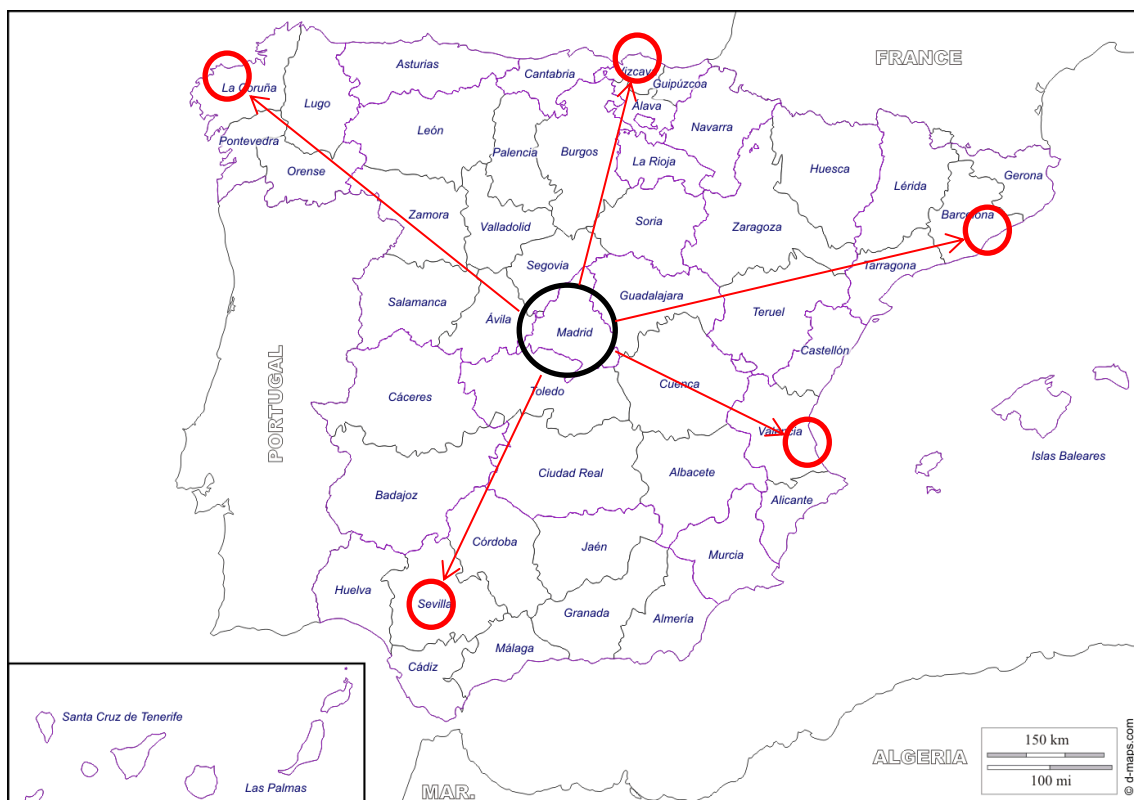
Las casas de distribución españolas que más destacaron en el negocio cinematográfico durante la II República fueron Ufilms, Cifesa, Ernesto González, Atlantic Films, Exclusivas Diana, Filmófono, Enrique Viñals, Selecciones Capitolio, Exclusivas Arajol, Castilla Films, Enrique Huet, P.C.E., J. Elías, Films Raza, Exclusivas Febrer y Blay, Riesgo Films, Exclusivas Triana, Distribuidores Asociados S.A. (DASA: asociación formada por las empresas Ibérica Films, Equitable Films y Atlantic Films), Sociedad Anónima General de Espectáculos Públicos (SAGE), Julio César, Exclusivas Puigvert y Alianza Cinematográfica Española. El éxito comercial de estas firmas se ha medido a través del desfile de carteleras que publicaba mensualmente la revista *Cine Español* entre 1934 y 1936⁵⁴, donde quedaban reflejados los estrenos de películas en los principales cines de Madrid y los días que se mantenían en proyección, dato fundamental para hacerse una idea del beneficio económico que suponía una determinada película. Además, en muchos de sus números publicados incluían los films que se habían estrenado en las principales salas de Barcelona, Sevilla y Valencia, así como los reestrenos, que también reportaban sustanciosos beneficios económicos a los distribuidores. Estas firmas que

⁵⁴ MONTAGUD, Filiberto (dir.). Revista *Cine Español*, Madrid, nº 1-29 (1934-1936).

hemos enumerado lideraban las estadísticas de películas de estreno y los días de proyección en las principales salas de exhibición de las ciudades más importantes de país, pero también resultaba fundamental para los intereses económicos de las casas distribuidoras el alquiler de cintas en las salas de barrio y en las capitales y pueblos de provincia.

Las distribuidoras españolas disponían de una sede central, en Barcelona o Madrid en la mayor parte de los casos, desde donde dirigían sus actividades comerciales. Para una distribución más eficaz de sus productos abrieron sucursales en las principales capitales del país, al frente de las cuales situaban empresarios cinematográficos de su confianza y con experiencia en el mercadeo de cine. En capitales de provincia de menor entidad firmaban acuerdos con distribuidores regionales y locales, quienes se convertían en agentes y representantes de las casas de distribución más potentes de España. A continuación, vamos a ver algunos ejemplos de cómo funcionaba este complejo entramado.

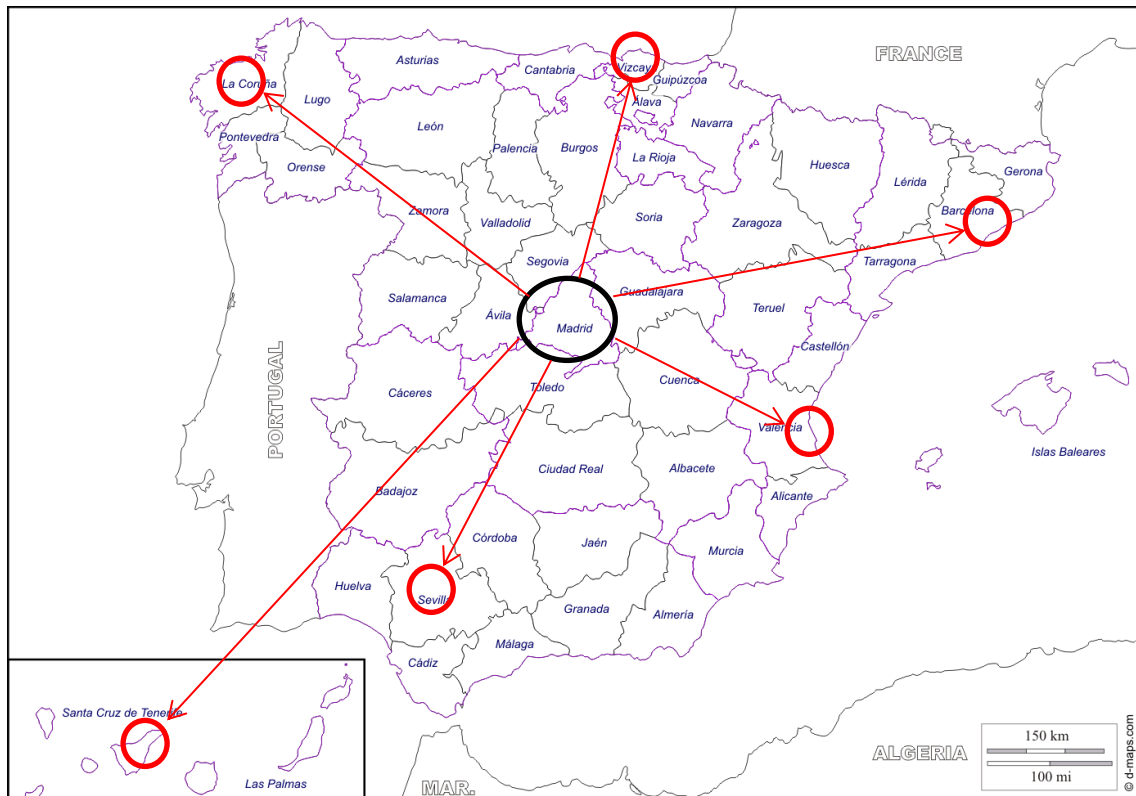
En primer lugar, tenemos los casos de las empresas Filmófono y Atlantic Films, ambas con sede en Madrid y con una red de sucursales que cubrían los cuatro puntos cardinales de la geografía peninsular.



Mapa 3. Filmófono: sede central y sucursales

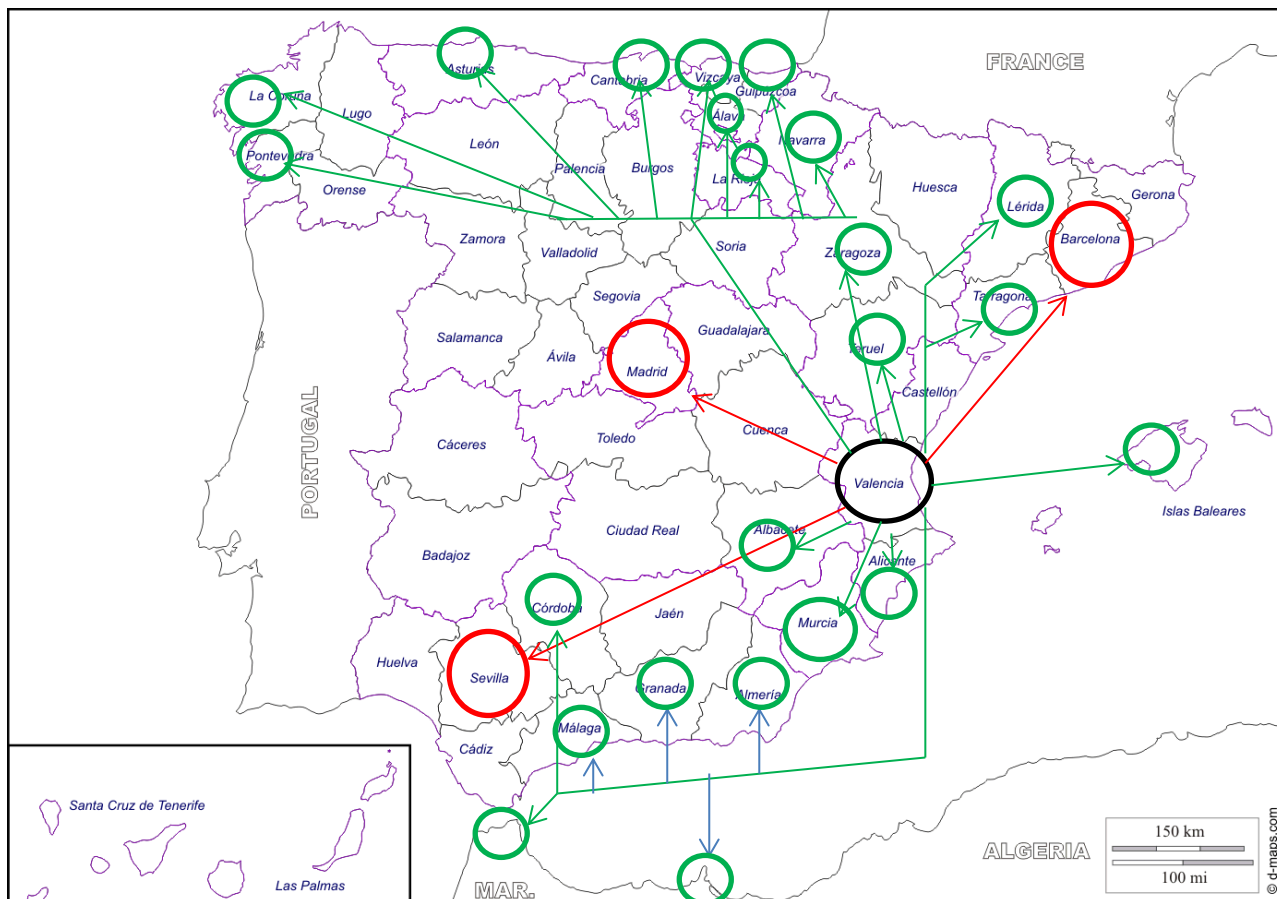
Filmófono fue una empresa fundada y dirigida por Ricardo Urgoiti, que además contó con la colaboración y el apoyo de Luis Buñuel. Esta firma cosechó sus primeros triunfos comerciales actuando como una empresa de distribución de material cinematográfico y, en pocos años, se convirtió en una de las productoras más emblemáticas del cine republicano español. La dirección de Filmófono estableció una red de sucursales y agencias en las principales capitales de la periferia peninsular. Se han encontrado evidencias de su presencia en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, cuyo agente fue José Muñoz Lamas, Bilbao y La Coruña, donde Rodrigo Vara Lafuente ejercía como su representante.

Atlantic Films, la empresa de distribución dirigida por Jaime Salas Merlé, siguió el mismo modelo de apertura y establecimiento de sucursales, agencias y representantes en la periferia española. Esta firma comercializó sus exclusivas cinematográficas, entre las que destacaban las producciones de la Gaumont-British Corporation, a través de su presencia en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Bilbao, Santa Cruz de Tenerife y La Coruña.



Mapa 4. Atlantic Films: sede central y sucursales

Sin embargo, la compilación de la información logística y publicitaria de la empresa Cifesa es el mejor medio para entender cómo funcionaba una empresa de distribución cinematográfica de éxito nacional. Veamos primero su red comercial, la cual consta de una sede central en Valencia, varias sucursales en las capitales importantes y un destacado número de agencias y representantes.



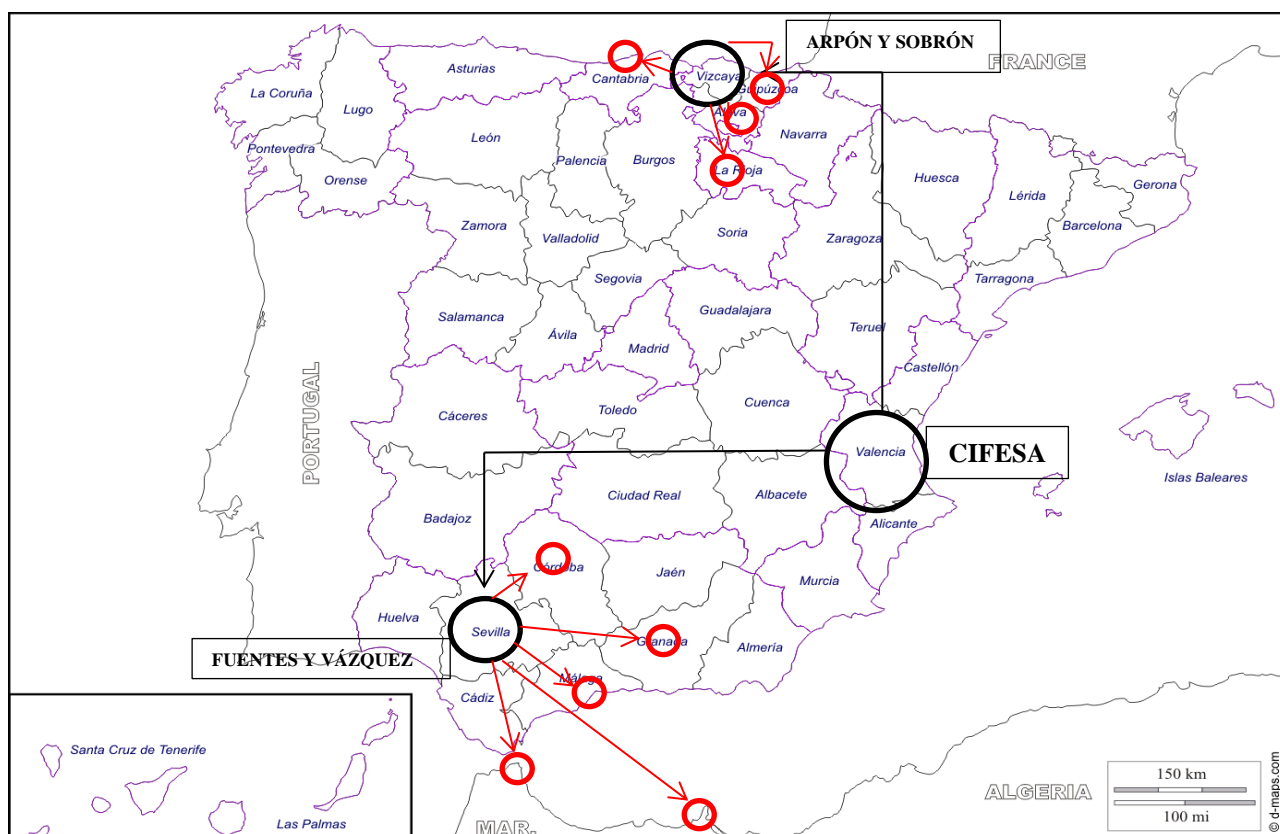
Mapa 5. Cifesa: sede central, sucursales y agencias

Cifesa fue fundada por Manuel Casanova y Vicente Casanova, siendo éste último su mayor impulsor. Al igual que Filmófono, Atlantic Films o Ufilms, se inició en el negocio del cine como distribuidora de películas. Comercializó cine extranjero, pues obtuvo la exclusiva sobre todos los productos de la Columbia Pictures y la mantuvo hasta 1935, y cintas españolas, como *Agua en el suelo* (1934), una producción de los Estudios CEA (Cinematográfica Española Americana) que dirigió Eusebio Fernández Ardavín.

La red comercial de Cifesa era muy compleja. Poseía sucursales en Madrid, Barcelona y Sevilla, así como agencias y representantes en Albacete (representante: José Sánchez), Alicante, Murcia (representante: José Sánchez), Madrid, Sevilla, Bilbao (agentes: Arpón y Sobrón), Vitoria (agentes: Arpón y Sobrón), San Sebastián (agentes: Arpón y Sobrón), Logroño (agentes: Arpón y Sobrón), Pamplona, Santander (agentes: Arpón y Sobrón), La Coruña, Pontevedra, Oviedo Las Palmas, Barcelona (representación: Pedro Balart), Lérida (agente: Pedro Granados Requena), Tarragona, Zaragoza (representante: Pedro Balart), Teruel (agente: José Sánchez), Palma de Mallorca, Almería, Córdoba (representante: Fuentes y Vázquez), Granada (representante: Fuentes y Vázquez), Málaga

(representante: Fuentes y Vázquez), Las Palmas (agente: César Dumont), Melilla (representante Fuentes y Vázquez) y Tetuán (representante Fuentes y Vázquez).

Para entender bien la forma en que Cifesa distribuía sus productos veamos el siguiente mapa.



Mapa 6. Cifesa: distribución comercial por medio de agencias y representantes

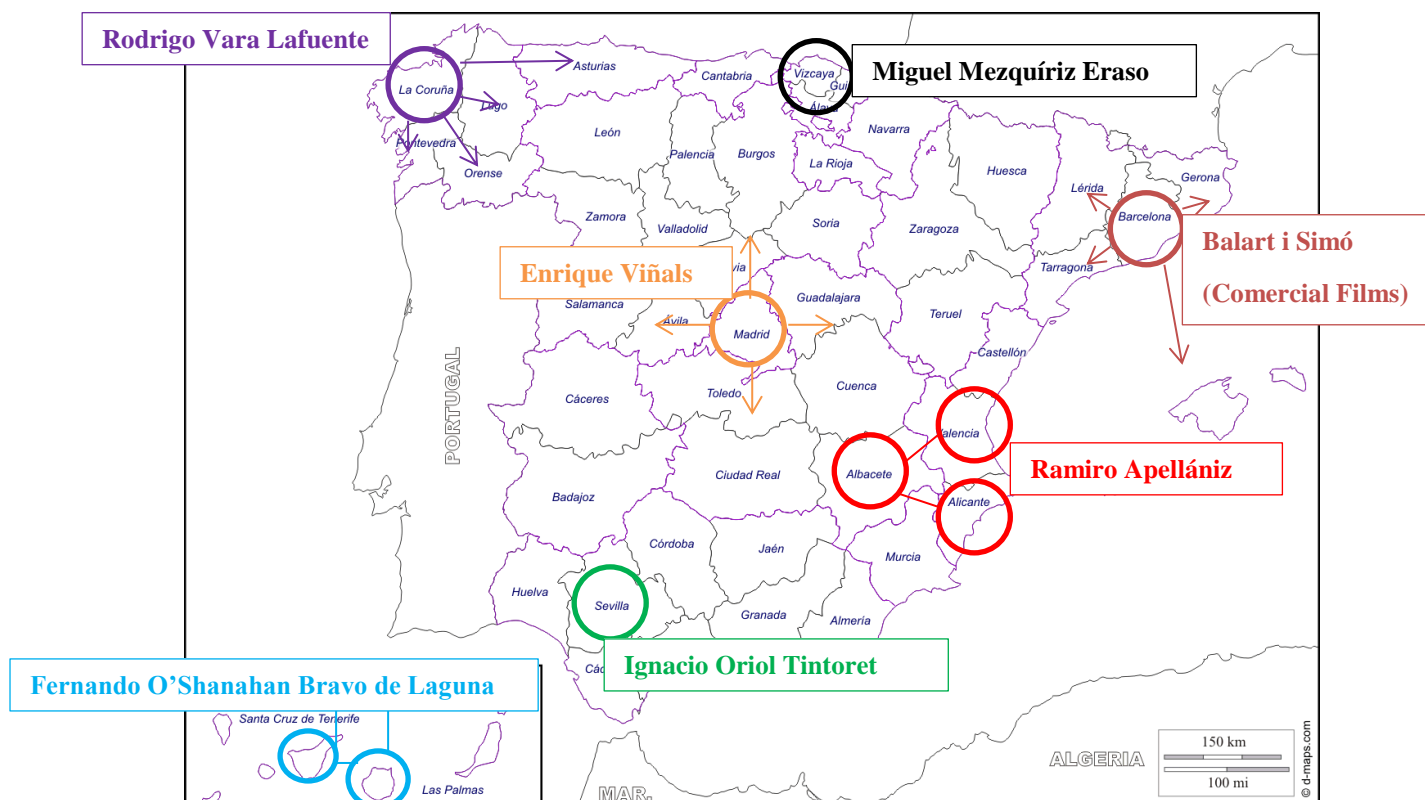
El modelo de Cifesa era llegar a acuerdos con empresarios cinematográficos que tenían su negocio de compra-venta y alquiler de películas en capitales de provincia. Estos empresarios disponían de una red comercial regional, de tal manera que distribuían las películas desde las capitales a las provincias, regiones y ciudades colindantes. Así es como Cifesa se aseguraba la presencia de sus productos en todas las salas de exhibición de ciudades españolas y en los pequeños cines de provincia. Por ejemplo, para cubrir el norte de España llegaron a un acuerdo con la distribuidora Arpón y Sobrón, cuya sede estaba en Bilbao y disponía de una red comercial regional reducida pero eficaz entre la propia ciudad de Bilbao, Vitoria, San Sebastián, Logroño y Santander. Para asegurar la distribución de su material en el sur peninsular contaron con la representación de la

empresa de distribución Fuentes y Vázquez, asentada en Sevilla y con una actividad comercial repartida entre Sevilla, Córdoba, Granada, Málaga, Melilla y Tetuán.

Cifesa contaba además con una red de distribución cinematográfica en América Latina y Filipinas. En consonancia con una mentalidad de expansión comercial muy ambiciosa en torno a un mercado hispanoparlante, abrió sucursales en Buenos Aires, Cuba, Chile, Perú, Ecuador y Filipinas. Por tanto, cabe preguntarse qué papel jugó en el desarrollo de esta empresa la red de distribución que la dirección de Cifesa fue capaz de establecer en España, pero también en Latinoamérica y Filipinas. Está claro que esta empresa valenciana triunfó por poner en marcha una producción organizada y sistemática de películas que entroncaban perfectamente con los gustos del espectador medio de los años treinta. Tampoco podemos olvidar que fue la primera productora española que tomó el modelo norteamericano del *star system*, firmando contratos con actores y directores para que trabajasen de forma exclusiva con ellos. Ahora bien, la acumulación del capital necesario para acometer una producción cinematográfica la obtuvieron por medio de la distribución de films, tanto españoles como extranjeros. Es de esperar que el triunfo de sus producciones también se debiera en parte a una distribución completa y eficaz de éstas por todas las salas de exhibición de la geografía española. A continuación, veremos cómo el sector de la distribución fue determinante en el desarrollo de la producción española.

Dentro de este apartado referente a la red comercial establecida por los distribuidores, se torna necesaria la mención de las casas de alquiler y compra-venta de películas de menor entidad y de carácter local, como acabamos de ver en el caso de Cifesa. Se trata, por lo general, de firmas de distribución vinculadas a empresarios independientes de las que toman su nombre. Éstos actuaban en zonas geográficas muy concretas y lo más habitual era que tuviesen su sede en una capital de provincia desde la que distribuían los productos cinematográficos a otras capitales y localidades relativamente cercanas. A diferencia de las casas de distribución españolas de mayor envergadura industrial, estos empresarios regionales no disponían de material cinematográfico en exclusiva de productoras españolas o extranjeras, sino que llegaban a acuerdos comerciales con los principales distribuidores nacionales para distribuir su material fílmico en esas zonas geográficas concretas, convirtiéndose en agentes y representantes. Dichos acuerdos se basaban en porcentajes variables según el rendimiento económico de los productos cinematográficos.

Entre estos agentes y representantes “menores” vamos a destacar, por constituir casos paradigmáticos de este tipo de empresarios distribuidores y por abarcar cada uno de ellos distintas zonas geográficas de la península, a Rodrigo Vara Lafuente, Miguel Mezquíriz Eraso, Balart i Simó (Comercial Films), Enrique Viñals, Ramiro Apellániz, Ignacio Oriol Tintoret y Fernando O’Shanahan Bravo de Laguna.



Mapa 7. Distribuidores “menores”, agentes y representantes

Como vemos en el *Mapa 7. Distribuidores “menores”, agentes y representantes* en cada región de España encontramos distribuidores de cine de menor importancia, pero que fueron una pieza fundamental del comercio cinematográfico.

Rodrigo Vara Lafuente, cuya empresa tuvo su sede en La Coruña, actuó en representación de Filmófono y Renacimiento Films en Galicia y Asturias.

Miguel Mezquíriz Eraso ubicó su negocio en Bilbao, siendo representante en esta ciudad de Carlos Stella, Noticiario Español, Riesgo Films, Sociedad Española de Cine Educativo, Sociedad Anónima General de Espectáculos Públicos (SAGE), José Marino, Cinnamond Films, M. de Miguel, Balart i Simó, M. Moltó Llopis, A. Rodríguez

Mosquera, J. Silva Alba, David F. del Campo y Casa O.K. Además, fue el representante en España de las productoras extranjeras G. Camus y Compañía, Aspa Film e Hispano Mexicana Cinematográfica S.A. Es interesante comprobar cómo un representante de otras casas de distribución, en este caso Miguel Mezquíriz, comercializaba los productos de otros empresarios que también se dedicaban a la representación de casas distribuidoras más potentes. Así, comprobamos por ejemplo que Miguel Mezquíriz era representante Balart i Simó (Comercial Films), quienes a su vez representaban a Ernesto González, Exclusivas Diana y Carlos Stella en Cataluña y Baleares. Este tipo de relaciones comerciales dan cuenta de la complejidad del mercado cinematográfico español y deja intuir lo lucrativo que podía ser el negocio de la distribución de films, no sólo a la casa que disponía de su exclusiva, sino también a todos los agentes que intervenían en el proceso de colocación de una producción en una sala de exhibición.

Balart i Simó, propietarios de la empresa Comercial Films⁵⁵, cubrieron las necesidades comerciales de Ernesto González, Exclusivas Diana y Carlos Stella en Cataluña y Baleares. Como acabamos de señalar, se apoyaban en otros representantes, como Miguel Mezquíriz, para asegurar la presencia de sus productos en las regiones del norte del país.

En la denominada “región centro”, destacamos a Enrique Viñals. Se encargaba de distribuir el material Cinamond Films, Art Film, Repertorio M. de Miguel y Selecciones ECA.

Por su parte, Ramiro Apellániz constituye un ejemplo de representación cinematográfica en el Levante español. Su empresa de distribución, con sede en Valencia, disponía de sucursales en Alicante y Albacete, ciudades donde ejercía como agente de Exclusivas Diana, Carlos Stella y Renacimiento Films.

Ignacio Oriol Tintoret situó su sede en Sevilla y se convirtió en la agencia de Selecciones Capitolio, Febrer y Blay, Cinematográfica H. da Costa y Sociedad Anglo-Ibérica Superfilms Ltda.

Por último, hemos de señalar como este modelo de representación comercial en zonas geográficas concretas también se extendió a la España insular. Fernando O'Shanahan

⁵⁵ Se anuncian en los anuarios bien como Balart i Simó, bien como Comercial Films. Es una práctica bastante habitual, pues hemos de tener en cuenta que muchas de estas empresas fueron efímeras y no gozaron de estabilidad comercial. Estas firmas se refundaban con nombres distintos, se fundían en otras empresas o simplemente desaparecían.

Bravo de Laguna representó en las Islas Canarias, a través de sus sucursales en Santa Cruz de Tenerife y en Las Palmas, a las productoras Mundial Films y Noticiero Español.

La necesidad que tenían las casas de distribución de cubrir todos los territorios de la geografía española con sus producciones respondía al elevado número de salas de exhibición que existía en la península. En *La industria del cine en España*, Santiago Pozo lleva a cabo un recuento del número de cines que existían en España antes de la Guerra Civil, señalando en qué regiones se encontraban y si sus instalaciones eran de cine mudo o cine sonoro⁵⁶. Existía pues un total de 3.337 salas de exhibición repartidas por todo el país, de las cuales 1.568 sonoras y 1.768 mudas.

Además, y este es un dato a tener en cuenta, las salas de exhibición de provincia proporcionaban unos beneficios económicos de taquilla muy elevados. Existen testimonios de la prensa de la época, tanto española como extranjera, que llegan a afirmar que las salas de exhibición de provincia, que apostaban por introducir en sus programas producciones españolas o películas extranjeras dobladas al castellano, generaban más beneficio económico que las salas de estreno ubicadas en Madrid y Barcelona. Marta Muñoz y Fernando González reflejan que:

“Al respecto, los críticos germanos destinados en la España de la época examinan los hábitos cinematográficos de los españoles y constatan que las películas en versión original sólo producen taquilla en las grandes capitales (Madrid y Barcelona). Los cines de distritos populares o los de provincias (Valencia, Sevilla) ofrecen con creciente frecuencia películas de producción nacional, independientemente de su calidad, o dobladas al español y generan más beneficios a lo largo de la temporada que los cines de estreno.⁵⁷”

E incluyen a continuación un extracto de un artículo de la revista *Illustrierte Filmkurier* del 13 de octubre de 1934 (nº 214, p. 14):

“Las ganancias totales de un distribuidor español con una buena película en lengua extranjera se calculan entre 100.000 y 250.000

⁵⁶ POZO ARENAS, Santiago. *La industria del Cine España: legislación y aspectos económicos. 1896-1970*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1984, p. 40.

⁵⁷ MUÑOZ AUNIÓN y Fernando GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. *El paraíso ...*, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres...*”, *op. cit.*, p. 154.

pesetas. Para llegar a esta última cantidad, la película ha de ser realmente de primera categoría. Una película española de realización aceptable genera mucho más. Es difícil recuperar costes de producción de 250.000 pesetas. Se une a esto el enorme mercado para el film en español en Latinoamérica. (...) ⁵⁸”.

Por su parte, hay prensa cinematográfica española que se expresaba en los siguientes términos:

“Y naturalmente, como hoy día los varios millones de ciudadanos que en España acuden al cine todavía no dominan todos los idiomas, piensan y sienten como nosotros y prefieren las películas puramente, netamente españolas, en primer término; las rodadas directamente al español, después, siendo extranjeras, y en último caso, siempre como mal menor, las de otros idiomas dobladas al nuestro.

De ello están convencidos los empresarios españoles, porque, aunque nuestro público no es amigo de exteriorizar y manifestar sus deseos individualmente, como ocurre en otros países, en colectividad, sin previo aviso ni convocatoria alguna, coincide en sus decisiones y va a lo que le gusta y va a ver películas en español.

En las notas estadísticas publicadas en CINE ESPAÑOL ha podido comprobarse repetidas veces que las películas que más días se retuvieron en Madrid fueron las españolas. Y las que más dinero han producido, igualmente, las habladas en español, y eso que en Madrid es donde todavía se conserva el público superintelectual. Porque en provincias, pueblos o cines de barriada, ya no se proyectan más que cintas habladas en nuestro idioma o dobladas al mismo, porque se rechazaron las de idiomas extranjeros rotundamente.

Y el público es el que manda. ⁵⁹”

Si bien es cierto que las salas de exhibición de provincia resultaron ser un mercado muy beneficioso desde el punto de vista económico, más aún si se comerciaba con

⁵⁸ *Ibíd.*, p. 154.

⁵⁹ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine ...*, *op. cit.* n° 2, diciembre de 1935, p. 1.

producciones españolas, considerar que la colocación de películas en cines de barrio y de capitales de provincia era una tarea prioritaria entre las empresas de distribución resulta poco creíble. Los grandes cines de Madrid y Barcelona determinaban el éxito o el fracaso de las producciones y era en estas salas de exhibición donde las distribuidoras querían colocar sus exclusivas el máximo número de días posibles. Además, el desfile de carteleras de los cines de estreno se utilizaba para llevar a cabo las estadísticas que medían el volumen del negocio cinematográfico en la España de los años treinta, lo cual ejemplifica la referencialidad comercial y económica que representaban los estrenos para las casas distribuidoras en cuanto a su posición en la industria del cine.

2.3.4. Entorno comercial

En este apartado se analiza cómo funcionaba el negocio de la distribución de películas, de qué forma afectaba la legislación cinematográfica a este sector, los conflictos económicos existentes y los intereses comerciales que movían el negocio. De esta forma, se pueden extraer conclusiones certeras y establecer qué papel jugaron el sector de la distribución y sus profesionales en el desarrollo del cine español.

Como venimos comprobando, el mercado cinematográfico español al inicio de la década de los treinta se caracterizaba por dos factores. Por un lado, nos encontramos ante una evidente segmentación y dispersión del negocio en pequeñas empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras de carácter nacional, de las cuales sólo un reducido número fue capaz de mantener una actividad comercial continuada. Por otro lado, la colonización norteamericana de las pantallas españolas era un hecho.

El sector de la distribución había experimentado un desarrollo notable y continuado desde 1896 hasta 1930, es decir, desde los primeros pasos del cine español, cuyas producciones eran comercializadas directamente por los propios realizadores, hasta convertirse en un sector autónomo y determinante en la industria cinematográfica española de los años treinta. Al igual que se comentaba en el apartado relativo a los inicios de la distribución presente en este estudio, hubo dos hechos decisivos: el abandono definitivo del sistema de alquiler por metros a principios de los años veinte y el establecimiento en 1926 de la contratación por lotes.

Pasada la I Guerra Mundial, el cine norteamericano aterrizó en Europa y se hizo con el control de sus pantallas. España no fue una excepción. La llegada de las empresas hollywoodienses significó la abolición del “antiguo sistema de alquilar a tanto el metro, estableciendo el tanto alzado”⁶⁰. Este sistema de alquiler convivió a finales de los años veinte con el sistema de porcentaje, es decir, el alquiler de películas “a un tanto por ciento, que rara vez llegaba al 50% para el distribuidor”⁶¹. Este sistema porcentual, que en un principio sólo era aceptado por los empresarios cuando se trataba de películas de gran interés, se fue imponiendo paulatinamente en las ciudades, capitales de provincia y pueblos de mayor entidad de la península. Una de las principales causas de la implantación de este sistema fue la escasez de películas sonoras entre 1930 y 1932, que imposibilitaba cubrir la demanda cinematográfica existente en España al inicio de esa década. Tal era la situación de desabastecimiento que “se llegaron a contratar películas al sesenta y al setenta por ciento, en algún caso”⁶². Sin embargo, pasados los primeros desconciertos a los que se enfrentó la industria del cine español con el advenimiento del cine sonoro, el sistema de porcentajes fue tendiendo a su desaparición “para restablecer el tanto alzado, que permite al empresario una mayor libertad económica y le suprime una fiscalización ajena, más o menos enojosa”⁶³.

Desde 1926, con el establecimiento del alquiler de films por lotes, los distribuidores se aseguraron una posición privilegiada en la industria cinematográfica. La contratación por lotes significaba que el exhibidor debía contratar a la casa distribuidora en cuestión el catálogo completo de las películas ofertadas por una cantidad económica fija. Si dicho lote resultaba tener un éxito entre el público considerable y continuado, la sala de exhibición debía pagar una cantidad variable a la distribuidora como parte del mayor beneficio económico obtenido por la recaudación de la taquilla. De esta forma, lo único que debían hacer las casas de distribución era procurarse un lote de películas más o menos variado y ofrecérselo a las salas de exhibición. Por lo general, las distribuidoras adquirían los productos en exclusiva de alguna firma extranjera, realizaban pases de prueba para su visionado y negociaban con los exhibidores el precio del alquiler de los films. Era bastante

⁶⁰ Compañía Cinematográfica Española y Americana (CEA), *Anuario...*, *op. cit.* p. 46.

⁶¹ *Ibíd.*, p. 46.

⁶² *Ibíd.*, p. 47.

⁶³ *Ibíd.*, p. 47.

habitual la colaboración comercial entre un alquilador y una determinada sala de exhibición⁶⁴.

Queda claro que el cine en los años treinta estaba adquiriendo un volumen de negocio evidente y por eso las relaciones comerciales se estaban volviendo más complejas. Hemos de tener en cuenta que estamos ante la creación de una industria que no había existido en nuestro país hasta este momento. Cabe preguntarse entonces cómo reaccionaron las administraciones republicanas ante este hecho, qué medidas legislativas adoptaron en referencia al negocio cinematográfico y cómo afectaron estas regulaciones a los distribuidores de películas.

Es de sobra conocido que los gobiernos de la II República mostraron muy poco interés por el fenómeno cinematográfico, a pesar de las demandas de los profesionales de este sector. Uno de los ejemplos más claros serían las peticiones proteccionistas emanadas del I Congreso Hispanoamericano de Cinematografía, celebrado en 1931 en Madrid, entre las que destacaron la reducción de películas sonoras en español realizadas en otros países, la exhibición de un tanto por ciento de películas nacionales durante la temporada, la unificación del régimen arancelario entre países hispanoamericanos y el impulso al cine social y educativo. Todas estas medidas cayeron en saco roto y nunca fueron puestas en práctica.

La realidad es que España era un país que carecía de una legislación cinematográfica eficiente y por eso las empresas extranjeras, especialmente las norteamericanas y las alemanas, tenían sus ojos puestos en nuestro mercado. De hecho, la tímida regulación que existía en España se inició a partir de la llegada de las *majors* de Hollywood en los años veinte, pues a la conquista de nuestras pantallas le acompañaron evidentes abusos empresariales como el ya comentado sistema de porcentajes, que en ocasiones llegó al sesenta y setenta por ciento en detrimento del distribuidor.

Es cierto, y además conviene mencionarlo, que sí hubo intentos de regularizar la industria cinematográfica. Así, en 1934 durante el Bienio Negro, siendo presidente del Gobierno Alejandro Lerroux y ministro de Industria y Comercio Ricardo Samper, se elaboró un proyecto de ley para proteger y estimular la producción de cine español. Entre

⁶⁴ Es frecuente que una casa de distribución coloque sus estrenos siempre, o casi siempre, en la misma sala de exhibición. Si se revisan los ejemplares de la revista *Cine Español* desde abril de 1934 hasta julio de 1936 se observa que empresas como Ufilms suelen colocar películas de estreno en el Palacio de la Música y Callao. Lo mismo ocurre con la productora/distribuidora Cifesa y los cines Avenida y Callao.

las disposiciones principales que incluía este proyecto de regulación cinematográfica destaca una de las medidas proteccionistas por excelencia, que no es otra que una cuota de pantalla obligatoria para el cine español. De esta forma se establecía la obligación que tenían las salas de exhibición de proyectar, sobre el total del programa de una temporada, desde octubre a abril, un 5% de películas españolas. También se implantaba la prohibición de las películas con subtítulos y sólo iba a permitirse el cine en versión original. En cuanto al doblaje, se estipulaba que habría de realizarse en estudios españoles. Este proyecto proteccionista tampoco llegó a materializarse.

Lo que sí constituye un hecho es que los gobiernos de la II República prestaron atención al cine para gravarlo con duros impuestos, un hecho que, en palabras de Santiago Pozo, las cuales suscribo al cien por ciento, fueron “una prueba más de que el cine había adquirido un cuerpo industrial importante”⁶⁵. Así nos encontramos que en 1932 se estableció el gravamen del 15% sobre rendimientos obtenidos por la venta, ocasión, arriendo o utilización en general de películas. En 1934 se estableció el Impuesto de tráfico de empresas que gravaba con un 7’5% a la cinematografía y en 1935 se aprobó la “Ley del Timbre”, que gravaba nuevamente el alquiler de películas. Como se puede imaginar, estas medidas, especialmente el Impuesto del 7’5%, provocaron el descontento y las protestas de los empresarios de distribución y exhibición:

“Grave conflicto cinematográfico en España

En estos momentos existe una grave preocupación en las casas distribuidoras con motivo de pretenderse aplicar una Ley del Timbre que supone un gravamen en los documentos con que se formalizan las operaciones entre las distribuidoras y los empresarios

Esperamos que los Poderes públicos tomarán sus medidas y sabrán resolver este conflicto, que tiene caracteres de suma importancia, pues hay que tener presente que los distribuidores están dispuestos a no facilitar un solo metro de película, lo que supondría un cierre inmediato de los salones de proyección y, por lo tanto, de una perturbación entre elementos y personal cinematográfico

⁶⁵ POZO ARENAS, Santiago. *La industria...*, op. cit. p. 38.

En estos momentos en que los espectáculos públicos están sufriendo una crisis enorme es cuando a los Poderes públicos se les antoja gravar como pretenden todo lo que suponga distracción y agrado para el público.”⁶⁶.

Evidentemente una medida de este tipo provocó airadas protestas entre los sectores de la distribución y la exhibición:

“El impuesto del 7’5 por 100

Causa extrañeza observar que en asuntos de la capital importancia que tiene para las casas de distribución el nuevo impuesto del 7’5 por 100 sobre el ingreso bruto, aquellos elementos con fuerza bastante para hacerse oír estén pasivamente cruzados de brazos, sin dar la menor señal de vida.

Porque de no tener pronto satisfactoria solución para todos, podría ocurrir que las casas de distribución, ante la imposibilidad de soportar las cargas, ya excesivas, con la derivada de la Ley del Timbre (que por los llamados contratos se les obliga a tributar), cargas todas superiores a sus fuerzas, podría darse el caso, repetimos, que tuvieran que cerrar sus negocios, lo que determinaría, si los cines se viesan fatalmente obligados a secundar, una dolorosa complicación en la vida de miles de modestas familias que dependen del cinema.

Provocar tan difícil situación no está en el ánimo de nadie; pero de seguir la exacción del impuesto se llegara a la ruina de los distribuidores nacionales, que no pueden soportar esta excepcional presión del Fisco, que sufre, en general, toda la cinematografía, no sólo por los quebrantos que en todo negocio producen las huelgas y cuestiones sociales, que repercuten siempre en todas las actividades, sin excluir a los espectáculos públicos, restando ingresos en las salas de cinematografía, y esta situación, que ya va siendo crónica, se agrava ahora con el recargo del siete y medio.

⁶⁶ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine ...*, op. cit. nº5, julio de 1934, p. 3.

Ya sabemos que no es criterio del Estado hacer la vida imposible al cinema, en su aspecto industrial y comercial, con impuestos forzados, sino que buscaba el modo de evitar que los extranjeros burlasen a la Hacienda española. Pero lo cierto es que el procedimiento encontrado no es racional ni justo.

Es necesario, pues, que hablen todos los elementos cinematográficos interesados directa o indirectamente, orientando a los Poderes públicos, para que éstos, con verdadero conocimiento de causa, puedan resolver en justicia.

La Cámara de Defensa Cinematográfica Española hace gestiones sobre este asunto, pero es necesario para que éstas tengan el resultado apetecido, se vea acompañada del apoyo de todos; para llegar a la supresión de este impuesto, que es único en los anales internacionales de fórmulas tributarias; para defender los intereses cinematográficos de disposiciones que al ser perjudiciales deben ser estudiadas de nuevo, no permitiendo se hunda una industria y se arruine a comerciantes imposibilitados de todo movimiento de lucha.”⁶⁷.

El 10 de marzo de 1935 una representación del gremio cinematográfico se reunió con el Ministro de Hacienda, Joaquín Chapaprieta, que accedió a rebajar el impuesto al 3’75%. Sin embargo, los trabajadores del cine continuaron presionando y finalmente el impuesto quedó rebajado al 4’5% para la producción extranjera y al 1’5% para las películas en español y producidas en España:

“Ya no hay impuesto de 7’5

El Gobierno ha presentado un proyecto por el cual, teniendo en cuenta las experiencias, se propone la modificación de las bases imponibles determinadas en la Gaceta del día 18 del corriente, reduciéndolas de modo que, al girar sobre ellas el gravamen de que se trata, no se originen cuotas excesivas. Por ello fijan como base de imposición el 30 por 100 de las sumas que satisfagan a los propietarios de producciones cinematográficas las personas o entidades dedicadas a

⁶⁷ *Ibíd.*, n°6, agosto de 1934, p. 1.

la proyección de películas, en vez de la mitad de dichas sumas: el 10 por 100 de las propias sumas respecto de las películas en español y producidas en España.

Es decir, que queda reducido el impuesto de 7'50 a 1'50.

Estamos, pues, de enhorabuena”⁶⁸.

Cabe mencionar que el origen de este impuesto no sólo responde a un afán recaudatorio de los sucesivos gobiernos republicanos, sino que en parte pudo estar motivado por la actitud de ciertos profesionales del cine, los cuales se jactaban de sus enormes beneficios económicos y no rendían cuentas con la Hacienda Pública. Así se expresaba el crítico de cine Juan A. Cabero:

“(…) los propios interesados (…) después de haberse llenado la boca de bravatas ante los millones de pesetas que movilizaban, de los cuales Hacienda no veía ni un céntimo. ¡Claro! Cómo que en la mayoría de los casos no estaban más que en la imaginación calenturienta de cuatro presumidos”⁶⁹.

Se constata que los distribuidores también tenían que hacer frente a las vicisitudes del mercado cinematográfico, pues por una parte debían de lidiar con las tácticas empresariales abusivas que empleaban las *majors*, y por otra se enfrentaban una legislación que gravaba sus actividades con elevados impuestos. Estas iniciativas de recaudación de impuestos a la cinematografía por parte de las administraciones republicanas vinieron motivadas por la evidente falta de reglamentación legislativa en la industria cinematográfica. Esta situación se tradujo en una ausencia de regulación a la hora de importar films extranjeros que favorecía al sector de la distribución. España funcionaba mediante un sistema de aduanas y de impuestos establecidos por el derecho empresarial. Se podía importar y distribuir en nuestro país un número ilimitado de películas. Los distribuidores españoles, que llevaban años obteniendo beneficios económicos de la comercialización de cine extranjero, a pesar de los abusos a los que les sometieron las empresas estadounidenses, tenían “vía libre” para hacerse con los lotes de

⁶⁸ *Ibíd.*, noviembre de 1935, nº 21, p. 6.

⁶⁹ CAPARRÓS LERA, J.M. *Arte y política en el Cine de la República (1937-1939)*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1981, p. 38. J.M. Caparrós incluye en este libro numerosas declaraciones de los profesionales del cine español que trabajaron durante la II República.

la producción foránea. Así cubrían la creciente demanda de espectadores en España en los inicios de los años treinta ante la escasa producción nacional.

Este hecho, junto con la idea de utilizar España como una plataforma para intervenir en el mercado latinoamericano, ambos señalados por Marta Muñoz y Fernando González, fueron las dos principales motivaciones que movían a los empresarios del cine alemán y a sus medios de comunicación en su interés por establecer un dominio del mercado español:

“Uno de los aspectos más ventajosos desde la óptica alemana para aumentar la presencia de su industria en España es la ausencia en el país de una legislación de regulación de la importación de filmes extranjeros, de protección y estímulo de la propia industria cinematográfica. (...) nuestro país funcionaba por medio de un sistema de aduanas y de impuestos establecidos por el derecho empresarial⁷⁰”.

Su intención era seguir los pasos de las empresas norteamericanas, quienes ya dominaban el mercado español y cuyas producciones habían colonizado nuestras pantallas. Incluso con el anuncio de la ley de 1934 del gobierno radical-cedista⁷¹, las empresas norteamericanas y alemanas veían los potenciales beneficios económicos del mercado cinematográfico español, pues su estrategia pasó a ser la firma de acuerdos de coproducción con las incipientes productoras nacionales que sí contaban con el apoyo gubernamental:

“(...) Barcelona se convertirá igualmente a lo largo de los primeros 30 en un centro no sólo de realización sino también de acogida de las

⁷⁰ MUÑOZ AUNIÓN y Fernando GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. *El paraíso ...*, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres...*”, *op. cit.*, p. 152.

⁷¹ *Ibid.* pp. 152 y 153: “(...) el gobierno de la República de Alejandro Lerroux, y en concreto su Ministro de Industria y Comercio, Ricardo Samper, comenzó a elaborar a partir de abril de 1934 un proyecto de ley para estimular y apoyar el desarrollo de la industria cinematográfica española cuyos principales puntos son los siguientes:

- Se obligaba a las salas a proyectar durante la temporada (desde el 1 de octubre hasta el 31 de marzo) un 5% del programa con películas españolas.
- Se prohibirían las películas con subtítulos 6 meses después de la aprobación de la ley y solo se permitiría el cine en versión original.
- El doblaje habría de realizarse en estudios españoles.
- El cine mudo, los noticieros y las películas dobladas en España no se considerarían como cine extranjero.”

grandes empresas extranjeras del cine norteamericanas y europeas. La consulta de revistas especializadas austríacas de los años 1934, 1935 y 1936 permite situar a la capital catalana como otro de los referentes para los analistas extranjeros interesados en la evolución del cine español y del cine en español. En Barcelona se instalan las productoras extranjeras tanto para filmar como para distribuir: United Artists, Ufa, Paramount, Columbia. Se añade a esto los estudios de doblaje de la MGM desde abril de 1933. Es también el lugar donde se presentan las nuevas películas extranjeras a los distribuidores, como por ejemplo *Maskarade* (1934, Austria)⁷²”.

Esto da cuenta de cómo la ausencia de una regulación específica beneficiaba la presencia masiva de productos fílmicos extranjeros, una labor que además era llevada a cabo por empresarios españoles.

Así pues, nos encontramos ante una industria que lucha por combatir la colonización de films extranjeros y las tácticas empresariales abusivas impuestas por las productoras extranjeras que realizan los films. En este entramado, las casas distribuidoras gozaban de una posición comercial muy privilegiada por el sistema de alquiler de películas vigente desde los años diez y por la libre importación de films extranjeros. Eso sí, también tenían que hacer frente a los abusos de empresas foráneas y a las iniciativas legislativas de recaudación que la República quería imponerles. Entonces, ¿por qué los empresarios de distribución han sido sistemáticamente descalificados y responsabilizados de buena parte de los males del cine español?

Palmira González, hablando sobre las implicaciones que tuvo la implantación del sistema de alquiler de cintas la década de los diez, reflejaba cómo los distribuidores gozaron de una posición comercial muy ventajosa respecto a la exhibición y, sobre todo, a la producción:

“Uno de los hechos que más influyeron en el campo de la distribución – y, en consecuencia, en toda la cimentación económica de la industria del cine- fue la adopción del sistema de alquiler de películas. (...) A medida que se fue imponiendo el sistema de alquiler de películas

⁷² *Ibíd.* pp. 155 y 156.

cambió sustancialmente la situación anterior y las empresas distribuidoras se convirtieron en grandes intermediarios entre el punto inicial realizador-productora y el punto terminal empresarios de sala-público. Naturalmente, el movimiento del producto se había agilizado y los riesgos del exhibidor se habían reducido; pero los grandes beneficiados fueron los distribuidores que, montando un buen surtido y organizando una buena red comercial, guardaban en sus catálogos y su cartera el futuro de la cinematografía española. Buena prueba de ello es que, cuando le fue más beneficioso comercializar las películas extranjeras, especialmente las americanas, poco escrúpulo tuvieron en dejar que se hundiera la producción nacional⁷³.”

En uno de los textos más célebres del cine republicano español, Miquel Joseph Mallol Granollers, miembro del Comité de Cinema de la Generalitat de Catalunya, decía:

“Estamos convencidos de que el problema de la cinematografía española, empieza y acaba y en la distribución. La producción nacional debe desarrollarse a base de la buena marcha del negocio cinematográfico en todos sus aspectos⁷⁴”.

En este escenario comercial que venimos describiendo, los distribuidores tenían una posición relativamente estable, a pesar de que las empresas estadounidenses les forzaban a aceptar porcentajes desfavorables de los beneficios económicos obtenidos de la distribución de sus productos. Los distribuidores eran conscientes de que las producciones europeas y de Hollywood eran las más atractivas para el público por su calidad técnica y artística. La contratación por lotes se había establecido en 1926, de tal manera que los distribuidores recibían sustanciales cantidades de dinero de forma fija por el alquiler de las cintas, así como beneficios variables en función del éxito de las películas. Sus ganancias quedaban aseguradas puesto que alquilaban los lotes completos de una determinada marca, ya fueran de alta o baja calidad, e independientemente de su posible rendimiento en taquilla. Las casas distribuidoras apostaron por la comercialización de material extranjero, especialmente norteamericano, en detrimento de la producción nacional. Como acabamos de ver, este tipo de decisiones comerciales les granjearon duras críticas

⁷³ GONZÁLEZ, Palmira., *El cine...*, op. cit. p. 395.

⁷⁴ CAPARRÓS LERA, J.M. *Arte y política...*, op. cit., p. 39. Este libro incluye fragmentos del manifiesto de Miquel Joseph i Mayol titulado *En Defensa de la cinematografía española*.

por el abandono que sometieron al cine español, tanto de sus coetáneos como de la historiografía en general.

Pero lo cierto, desde mi punto de vista, es que los distribuidores actuaron en el marco de una industria de libre mercado en el sentido más estricto del término, es decir, que aprovecharon los beneficios económicos que les otorgaban los productos foráneos que no tenían restricciones comerciales de ningún tipo. Además, dichos productos fílmicos eran los que reclamaban las salas de exhibición, pues a través de estos obtenían mayor rendimiento económico de las taquillas por la aceptación del público español. Claro está que los distribuidores de más peso y trayectoria en el negocio, que generalmente centraban sus actividades en las grandes ciudades y negociaban con salas de exhibición que disponían de una buena afluencia de público, eran los que obtenían las exclusivas de las productoras extranjeras más destacadas. Los pequeños distribuidores, bien quedaban relegados a la comercialización de productos de marcas menos potentes económicamente en pequeñas salas de barrio o de provincia, los cuales podían cosechar éxito o ser un fracaso, bien actuaban como representantes y agentes de las casas de distribución de mayor entidad en el negocio.

Con la llegada del cine sonoro a nuestro país, las producciones españolas empezaron a cosechar éxito comercial entre el público y a generar importantes beneficios derivados del alquiler de las cintas y del rendimiento en las taquillas. Empresas distribuidoras y propietarios de salas de exhibición empezaron a hacer negocio con el cine español. Muchas empresas de distribución de films, como Cifesa, Filmófono, Ufilms o Atlantic Films, se aventuraron a la producción de films gracias al capital obtenido de la distribución de películas norteamericanas, europeas y, a partir de los años treinta, también españolas. De ahí que responsabilizar a los empresarios distribuidores del abandono del cine español resulte algo injusto. En el momento en el que cine español comenzó a ser rentable, las casas distribuidoras no sólo comercializaron las películas nacionales, sino que se lanzaron a producirlas, convirtiéndose en el motor del desarrollo industrial del cine español. No debemos olvidar que además de una expresión artística, la cinematografía:

“(…) sobre todo y ante todo es una industria, un negocio. Porque el cine es un medio muy caro, que requiere una potente máquina industrial detrás que lo haga posible. Incluso en las cinematografías menos desarrolladas se necesita de una infraestructura industrial que haga

posible la realización de películas. Me refiero a los estudios de sonido, a los estudios de fotografía, a los laboratorios, a las cadenas de distribución, a las salas de exhibición, a los técnicos, etc.⁷⁵”

y:

“tenemos que reflexionar sobre el por qué del nacimiento del cine, no sólo en nuestro país sino en todo el mundo y el por qué de su desarrollo. ¿Nace el cine como una necesidad artística? No, prueba de ello es que hasta hace bien pocos años se puso en entredicho su calificativo de arte. ¿Nace como necesidad intelectual? No, la mayoría de intelectuales de la época lo consideraban como una cosa de feria. El cine nace por NEGOCIO, y es más: evoluciona por necesidades de negocio⁷⁶”.

2.3.5 El papel de las casas distribuidoras en el desarrollo de la producción nacional. De la distribución a la producción

El apartado anterior concluía poniendo de manifiesto cómo los empresarios distribuidores contribuyeron decisivamente al desarrollo de la cinematografía nacional. Su interés por la producción de películas españolas se produjo en el momento en el que fueron conscientes de la rentabilidad económica que reportaba el cine español por los éxitos que cosechaba en taquilla, en contraste con el claro dominio de las producciones norteamericanas que se daba desde los años veinte:

“(…) Las principales casas productoras norteamericanas, que han tenido siempre una preponderancia, un dominio que les permitía acaparar casi la totalidad de los carteles cinematográficos españoles, llegando a un porcentaje del 80 por 100, ven durante las últimas temporadas mermar esa cifra (...) hasta el 56 por 100, lo que representa una pérdida del 24 por 100 (...)”⁷⁷.

⁷⁵ POZO ARENAS, Santiago. *La industria...*, op. cit. p. 14.

⁷⁶ *Ibíd.* p. 27.

⁷⁷ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine ...*, op. cit. nº 8, octubre de 1934, p. 1.

Desde los inicios del cinema, tanto en España como en el resto de países, una de las fuentes de financiación más importantes para la realización de un film fue la comercialización del material cinematográfico. Por ejemplo, en España, las primeras productoras que surgían en Barcelona y en Madrid acumulaban capital a través de la comercialización de noticiarios y películas extranjeras para acometer posteriormente la manufactura de una película. Esta situación también se produjo en los años treinta, pues la llegada del cine sonoro favoreció el éxito de las producciones nacionales entre el público español. Muchas de las casas de distribución que gozaban del éxito comercial en esta etapa vieron la oportunidad de producir cine español, un cine nacional propio y rentable, que reflejaba no tanto la problemática socioeconómica de la España republicana sino su raigambre cultural y folclórica.

Varias son las casas de distribución que se convirtieron en productoras durante la etapa republicana. Dos de ellas, Cifesa y Filmófono, se han erigido con el paso del tiempo en iconos industriales del cine republicano español. Además, hablaremos de Atlantic Films y Exclusivas Diana, dos distribuidoras que, a juzgar por el número de estrenos que conseguían colocar en las carteleras de las principales salas de exhibición madrileñas y barcelonesas, poseían un volumen de negocio muy destacado y también dieron el paso a la realización de films. En cuanto a la empresa distribuidora de Saturnino Ulargui, posteriormente transformada en productora, Ufilms, se hará un estudio más detenido de todas sus actividades en el próximo capítulo del presente estudio.

Empecemos por la Compañía Industrial Film Español S.A., más conocida como Cifesa. Se trata de una empresa de distribución cinematográfica fundada en Valencia por Manuel Casanova y su hijo, Vicente Casanova, en 1932. Vicente, reconocido admirador del fenómeno cinematográfico, fue quien tomó las riendas de la empresa.

Su actividad empresarial comenzó con la distribución de las producciones de la marca estadounidense Columbia. Esta productora norteamericana, y especialmente sus comedias dirigidas por Frank Capra, le generaron a Cifesa enormes beneficios económicos. De hecho, fue el film *Sucedió una noche* de Frank Capra (1934) el que les reportó, además de un gran éxito comercial, el reconocimiento profesional en el panorama de la industria cinematográfica en España. Sin embargo, esta casa distribuidora también apostó por la distribución de una producción española de los Estudios CEA, *El agua en el suelo* de Eusebio Fernández Ardavín (1934), cuyo rendimiento en taquilla generó

enormes ganancias a la compañía. Con el capital acumulado de la explotación de este film español, Cifesa inició su actividad como productora. La primera película que produjeron fue *La hermana de San Sulspicio* de Florián Rey (1934), a las que seguirían una decena de producciones entre 1934 y 1936, destacando exitosos títulos como *Rumbo al Cairo* de Benito Perojo (1935) o *Nobleza baturra* de Florián Rey (1935). La trayectoria ascendente de la producción de Cifesa en número de películas realizadas, así como en su calidad técnica y rendimiento comercial, continuó hasta 1936, año en el que se estrenó uno de los mayores éxitos del cine español, *Morena Clara* de Florián Rey (1936):

“Morena Clara” continúa en cartel desde el 11 de abril

Sólo “Morena Clara”, película de Cifesa, ha conseguido, hasta ahora, en cartel de estreno, llegar a más de la centésima proyección consecutiva, con llenos constantes y con el aplauso cada día más entusiasta para su director Florián Rey e Imperio Argentina, protagonista admirable de esta afortunada película

Para festejar este hecho, importantísimo en sí, pero de un valor para nuestro cinema nacional, indiscutible, tanto en Valencia, donde se ha repetido este caso, como en Madrid, se celebraron dos solemnes y extraordinarias funciones, organizadas por los redactores cinematográficos unidos, cuyo presidente de la Agrupación madrileña, Arturo Pérez Camarero, hizo la presentación de todos los artistas que actúan en “Morena Clara y dedicó frases de caluroso elogio para la entidad productora Cifesa, que tan eficaz y patriótica labor está realizando, y para el público, que llenaba totalmente el Cine Rialto, que con su constante presencia alienta y ayuda plenamente a nuestra producción nacional.

Se proyectó la película, que fue calurosamente aplaudida, como siempre. (...)

Miguel Ligeró, caracterizando el personaje de “Regalito”, que tan felizmente ha creado en film, narró un gracioso apropósito.

Finalmente, Imperio Argentina tuvo que aparecer en el escenario para recoger el homenaje que se le tributaba.

Regaló a la concurrencia con una de las canciones que ella interpreta en “Nobleza baturra”

Y con los aplausos calurosos e insistentes otorgados a esta notabilísima actriz cinematográfica se dio fin a esta fiesta, inolvidable para todo entusiasta de nuestro cinema.

En Valencia

Se celebró en el Cine Olimpia el homenaje a Cifesa, con motivo de la centenaria proyección de “Morena Clara”. La fiesta resultó brillantísima y estuvieron presentes, entre otros, los artistas Antoñita Colomé, Mary del Carmen, Rafael Rivelles, Amparo Martí, Carmen Amaya, etc.⁷⁸”.

Morena Clara es un film que representa como ningún otro el cine republicano español y los gustos de los espectadores españoles de la época. Florián Rey, como director, supo plasmar los temas que despertaban el interés y las emociones de la sociedad española, como el amor interclasista, el racismo o la picaresca, todo ello contextualizado en los entornos típicos de la península y fácilmente reconocibles para el público español. Además, en sus películas insertó ese componente musical que entusiasmaba a los espectadores, en nuestro caso nacional concreto la zarzuela y la copla. *Morena Clara* se mantuvo en cartelera tras el estallido de la Guerra Civil en julio de 1936 en todas las zonas de conflicto, si bien fue retirada poco después de los territorios de dominio republicano por el apoyo explícito de Florián Rey, y de Cifesa prácticamente en su totalidad, a los militares golpistas.

El éxito de Cifesa se debe a múltiples factores, entre ellos su concepción de la empresa cinematográfica a imagen y semejanza de las grandes productoras de Hollywood. Esta compañía trató de establecer su propio *star system*, contratando a profesionales de la cinematografía para trabajar de forma exclusiva con ellos. Y así lo hicieron con directores como Benito Perojo y Florián Rey, técnicos como Eduardo García Maroto, y actrices y actores como Imperio Argentina o Miguel Ligeró.

⁷⁸ *Ibíd.*, n° 28, junio de 1936, p. 2.

Sin embargo, otro factor determinante en el éxito de Cifesa, quizá tan importante como la calidad de sus producciones, fue la distribución de material cinematográfico. No me refiero únicamente al ya comentado proceso de financiación a través de la compra-venta y el alquiler de películas de otras productoras, sino a la confección de una red de distribución que cubría la práctica totalidad del país mediante sucursales y representaciones, como ya se comprobó en los mapas 5 y 6 del anterior apartado, “4.3.3. Las empresas de distribución cinematográfica españolas”. A esto habría que añadir el establecimiento de una red foránea de explotación de sus productos en América Latina, con sedes en Argentina, Cuba, Chile, Perú, Ecuador, y en Filipinas, cuya sede se situó en Manila. Este entramado comercial le sirvió a Cifesa para dar una salida segura a todas sus producciones, aprovechando la existencia de un ingente mercado hispanoparlante que recibió con entusiasmo sus películas. Incluso en Berlín y París, los films de Cifesa obtuvieron una buena acogida del público. Esta mentalidad empresarial que lucha por unir las tareas de producción, distribución y, en la medida de lo posible, la exhibición, denota la ambición de una empresa que aspira a la construcción de un cine nacional a través de la creación de una industria estable, la cual sólo podrá competir con el gigante hollywoodiense si adopta no sólo las técnicas cinematográficas de mayor calidad, sino que también emplee la táctica empresarial de dominar los tres sectores estratégicos de la cinematografía, producción, distribución y exhibición, que tan exitosa resultó ser para las productoras norteamericanas y, a juzgar por los logros del cine español en los años treinta, también para las empresas cinematográficas españolas.

Es de sobra conocido el hecho de que, gracias a su adscripción al bando sublevado y al régimen franquista impuesto a partir de abril 1939 tras el conflicto civil, Cifesa mantuvo sus actividades de producción, hasta 1962, y de distribución, hasta 1964, con un éxito notable sobre todo durante los primeros años de la Autarquía.

Hablar de Filmófono significa hablar de Ricardo Urgoiti, cuya vida y actividad cinematográfica ha sido sobradamente estudiada, especialmente a través del trabajo de Luis Fernández Colorado y Josetxo Cerdán titulado *Ricardo Urgoiti: Los trabajos y los días*. Sin embargo, lo importante para este estudio es señalar hasta qué punto fueron determinantes las labores de distribución cinematográfica de Filmófono en su transformación a productora cinematográfica.

Ricardo María Urgoiti se inició en el mundo de la cinematografía a través del campo de la sonorización, pues desarrolló un sistema de sincronización para las películas mudas al que denominó Filmófono y que se utilizó en películas como *Fútbol, amor y toros* (1929) de Florián Rey. No es de extrañar que sus primeros pasos en el negocio estuviesen vinculados a cuestiones tecnológicas si tenemos en cuenta su formación como ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. Además, durante toda su vida tuvo una vinculación directa con medios de comunicación, primero a través de la actividad periodística y editorial de su padre, Nicolás María de Urgoiti, y posteriormente con la emisora Unión Radio que él mismo fundó en noviembre de 1924. No debemos olvidar que también puso en marcha un cineclub, Proa Filmófono, mediante el cual introdujo obras cinematográficas de autores de la talla de Luis Buñuel, René Clair, George W. Pasbt, Marc Allégret, etc. Su vinculación con la exhibición cinematográfica es anterior a la fundación de Proa Filmófono, ya que era accionista de la empresa Sagarra, poseedora de una cadena de cines, entre los que se encontraba el Palacio de la Prensa, y dirigida desde 1920 por su tío Ricardo Urgoiti Achúcarro.

En 1931 Ricardo Urgoiti comienza a distribuir películas y obtiene un rotundo éxito con algunos de los títulos que comercializa, como *Cuatro de infantería* (1930) de George W. Pasbt. Para las labores de selección de films que su empresa distribuía en España contó con importantes colaboradores, entre los que destacaron Juan Piqueras y Luis Buñuel. Aunque no todos los films fueron grandes éxitos de taquilla, ya que buena parte del cine europeo con el que mercadeaba Filmófono no era comercial. Así pues, fundó una empresa en 1931:

“Con sede en el Palacio de la Prensa, en Madrid, (...) se propuso abarcar la producción y la distribución de películas, la venta de gramófonos y equipos sonoros, el registro y comercialización de discos y la sonorización de films mudos⁷⁹”.

De nuevo, observamos cómo la mentalidad de algunos empresarios cinematográficos ha cambiado. Filmófono, al igual que Cifesa, representa la voluntad de construir una industria sólida que, ejerciendo control sobre los diferentes sectores del negocio del cine, sea capaz de llevar a cabo una producción comercial estable que cubra las demandas cinematográficas españolas primero, e hispanoparlantes después. Una vez más, el origen

⁷⁹ BORAU, José Luis (ed.). *Diccionario del Cine Español*. Madrid: Alianza, 1998, p. 360.

de este proyecto utiliza como base para su fundación el capital obtenido de la actividad de compra-venta y alquiler de películas. En esta nueva aventura como productor, actividad en la que ya había participado con anterioridad junto con Saturnino Ulargui, la voluntad de Luis Buñuel fue decisiva. Él fue quien le propuso la realización de películas comerciales con el fin de generar una base económica que les permitiese llevar a cabo películas de su interés artístico. Los cuatro títulos que produjo Filmófono durante el periodo republicano, *Don Quintín el amargao* (1935) de Luis Marquina, *La hija de Juan Simón* (1935) José Luis Sáenz de Heredia y Nemesio Sobrevila, *¡Centinela alerta!* (1936) de Jean Grémillon y *¿Quién me quiere a mí?* (1936) de José Luis Sáenz de Heredia, supusieron un gran éxito de taquilla⁸⁰. Todas ellas constituyen ejemplos del cine sonoro español de la II República, pues reunían y combinaban los elementos puramente españoles que tanto gustaban al público. Buñuel, al estilo de los productores de Hollywood, contrató a un equipo fijo de colaboradores, entre los que había realizadores, guionistas, técnicos y actores bajo su supervisión.

Al contrario que Cifesa, la empresa Filmófono y la mayoría de sus integrantes representaban el ideario político y los intereses intelectuales de burguesía de izquierdas. Por tanto, la proyección industrial de esta prometedora empresa se vio frenada por el estallido de la Guerra Civil y la victoria de los militares golpistas. Buena parte del personal técnico tuvo que exiliarse a Francia, Argentina y México principalmente, como Urgoiti y Buñuel. Otros fueron perseguidos, encarcelados o fusilados, como Juan Piqueras.

Poco se sabe de la empresa de distribución Atlantic Films, cuyo director fue Jaime Salas Merlé. Como distribuidora destacó por la comercialización exclusiva de los productos de la exitosa productora británica Gaumont-British. Pronto acometió la tarea de producción de films, alguno de los cuales cosecharon importantes éxitos como las series temáticas que parodiaban géneros cinematográficos, por ejemplo, *Una de fieras* (1934) o *Una de miedo* (1935), ambas de Eduardo García Maroto, y también largometrajes como *La señorita de Trevélez* (1936) de Edgar Neville. La tarea de producción de films no les impidió mantenerse entre las cuatro distribuidoras que más estrenos colocaron en los

⁸⁰ Por ejemplo, *Don Quintín el amargao* (1935) de Luis Marquina llegó a mantenerse once días en proyección desde su estreno el 3 de octubre en el Palacio de la Música, hecho muy destacable en un panorama cinematográfico dominado por la producción norteamericana.

cines de Madrid durante la II República, con un volumen de negocio que crecía paulatinamente durante los años treinta:

“Atlantic Films traslada sus oficinas

Tal es el desarrollo que el negocio de Atlantic Films tomó últimamente, que precisa de nuevos locales lo suficientemente amplios para colocar confortablemente a todos sus numerosos elementos que forman el personal

Actualmente tienen sus oficinas en Avenida Eduardo Dato, número 27, pero en estos días se trasladarán al número 21 de la misma y populosa avenida.

Como el negocio siga así, dentro de poco veremos alzarse en alguno de los solares de Eduardo Dato un soberbio edificio, que será, sin duda, la sede de los negocios de Atlantic Films.

Esperamos que pronto se inauguren las nuevas oficinas y que a ellas concurráramos todos los periodistas de cine para felicitar a los directivos de la simpática marca Atlantic Films por sus aciertos, merecedores en todo momento de encomio⁸¹”.

La prensa cinematográfica de la época también destacó las novedosas técnicas publicitarias empleadas por Atlantic Films que, por iniciativa de Herreros, el responsable de esta área, se basaron en interactuar directamente con los profesionales de la cinematografía⁸².

La última de estas distribuidoras convertidas en importantes productoras de cine español a la que vamos a hacer referencia en este apartado es Exclusivas Diana. Esta firma estuvo activa desde finales 1927, aunque volvió a ser refundada en 1932 por Luis Saiz Fernández. Desde el primer momento, su tarea principal fue la distribución, siendo los responsables de traer a España las producciones norteamericanas de la casa Chadwick y de la firma danesa Nordisk. Además, comercializaron en exclusiva las películas de la Warner desde 1928 hasta la fundación de Warner BROS First National Films S. A., su

⁸¹ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine ...*, op. cit. n.º 15, mayo de 1935, p. 2.

⁸² En el n.º 24 de la revista *Cine Español* (febrero de 1936, p. 6.) nos indican que han recibido en sus oficinas una máscara anti-gas con motivo del próximo estreno de *Una mujer en peligro* (1936) de Juan Santugini.

filial en España, incluyendo la primera película sonora de la historia, *El cantor de jazz* (1927) de Alan Crosland, si bien se proyectó en la mayoría de los casos en su versión muda por la falta de instalaciones sonoras en las salas de exhibición españolas.

Pronto iniciaron una política de producción basada en la explotación comercial del folclorismo más arraigado, siendo la zarzuela el eje central de sus películas. A este proyecto se unió la contratación de José Buchs, uno de los directores más reputado y contrastado del cine español. Durante la etapa republicana llevaron a cabo un total de siete films, entre los que destacaron *Carceleras* (1932) y *Una morena y una rubia* (1933), ambas de José Buchs, o *Diego Corrientes* (1936) de Ignacio F. Iquino.

Tras el parón de sus actividades durante la Guerra Civil, Exclusivas Diana sólo tuvo participaciones esporádicas en algunas producciones, aunque sí mantuvo sus actividades distribuidoras, sin llegar nunca al volumen de negocio que poseyeron en la década de los años treinta.

Se constata que una buena parte del éxito del cine español de la II República corresponde a esos empresarios que, tras la acumulación de capital por medio de la distribución, se aventuraron a producir películas genuinamente hispanas y acordes con los gustos del público nacional. Y así se veía reflejado en la prensa de la época:

“Afluencia de capitales a la industria cinematográfica española

Es condición inseparable de nuestros grandes capitalistas ir a la zaga, a veces, a remolque, del extranjero. ¿Qué esperan?

¿Acaso queda alguien todavía que dude de la estabilidad presente y brillantes perspectivas futuras, y hasta las inmediatas, de la industria del film?

Hasta hace pocos años eran explicables acaso el recelo y la excesiva prudencia. Hoy no, después de la propia y ajenas experiencias. Porque no es posible achacar su actitud a información deficiente. Nuestros financieros tienen buenos informadores en el exterior. De otro lado, las muy honrosas excepciones de capitalistas menos timoratos o más inteligentes que les marcan la ruta. ¿Cuándo se percatarán de las

formidables ventajas de toda índole que llaman a España a desarrollar una gran industria cinematográfica? (...)

Se nos recordará que en España hubo notables acontecimientos en el año último. En modo alguno olvidaremos los esfuerzos de los Salgado, los Casanova, los Ulargui, los Ballesteros, los Sabas... Gratitud les deben los españoles. El porvenir ha de reservar justo premio a su inteligencia y a sus esfuerzos, que sólo recalcan más el duro contraste con la incomprensión o la pereza de los otros. (...)

Y cuéntese que, cuando hablamos de industria del film, no queremos decir sólo producción: también, y sin duda más todavía, se requieren grandes capitales para organizar la distribución. ¿Qué tenemos en este campo, salvo alguna que otra honrosa excepción, como, por ejemplo, Cifesa?

(...) Todos conocen el mercado interior y, con escaso esfuerzo, pueden ver las posibilidades enormes de la cinematografía española que, por de pronto, cuenta con más de veinte países cuyo público, de psicología si no igual, al menos parecida al español, “habla” el mismo idioma. Podríamos decir algo sobre necesidades de organizar en grande la distribución. Mas este es tema que merece comentario por sí solo y en otra ocasión.⁸³”.

Durante la etapa republicana se gestó este nuevo sistema de distribución-producción, que coincidió con una generación de hábiles directores, como Florián Rey o Benito Perojo, y actores carismáticos, como Imperio Argentina o Angelillo, que conectaron a la perfección con la sensibilidad cinematográfica del público, un público que acudía fielmente a las salas de exhibición para ver cine español. A esto hay que sumarle la construcción, desde 1932, de numerosos estudios de rodaje en Barcelona y Madrid para comprender que se estaba conformando en España una incipiente industria cinematográfica. A diferencia de lo que va suceder pasada la Guerra Civil, durante la II

⁸³ LAGRAVA, Pedro. “Afluencia de capitales a la industria española”. Revista *Cine Sparta*, Madrid, nº 31 (1936), p. 1.

República el cine se llevó a cabo única y exclusivamente “gracias a la iniciativa privada, lo que nos indica que era un negocio real⁸⁴”.

A pesar de la aparente situación de fuerza de las empresas cinematográficas españolas, a continuación, se verá que el cine extranjero, sobre todo el estadounidense, seguía copando las pantallas españolas y dominando el mercado cinematográfico nacional. Si bien es cierto que se estaba revirtiendo esta situación y que el cine español, impulsado por empresarios productores y distribuidores, estaba recuperando poco a poco el terreno perdido, la sublevación de militares fascistas puso fin a este desarrollo. Las consecuencias de la Guerra Civil fueron nefastas para esta prometedora pero frágil industria, que quedó prácticamente desmantelada.

2.3.6. La distribución cinematográfica en cifras

Si hay algo que puede ofrecernos una visión más o menos realista de la posición del cine español y de sus profesionales de la distribución durante la etapa republicana, es la recopilación de los datos en forma de estadísticas. Para ello, se ha llevado a cabo una búsqueda de todas las películas que se estrenaron entre 1934 y 1936 en las principales salas de exhibición de Madrid. Además, se ha contabilizado el número de días que se mantuvieron en proyección dichos estrenos, pues supone un dato esencial para hacernos una idea de la rentabilidad de un determinado film⁸⁵.

En primer lugar, veamos la procedencia del cine que se estrenaba en las salas de Madrid:

⁸⁴ POZO ARENAS, Santiago. *La industria...*, *op. cit.* p. 81.

⁸⁵ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine...*, *op. cit.*, de marzo de 1934 a julio de 1936, nº 1-29. Las cifras que se presentan en este apartado son aproximadas, pues existen ciertos datos contradictorios y en algunos casos los números no son legibles por el deterioro del documento. Estos datos están extraídos de las informaciones publicadas en la revista *Cine Español*, que entre marzo de 1934 y julio de 1936 dejó constancia en sus páginas de los estrenos de los principales cines de Madrid, indicando la productora que lo llevó a cabo y la empresa que se encargó de distribuirlo. Además, incluía los días totales de proyección de cada estreno. En algunos números se dejaba constancia de las películas que habían sido reestrenadas en otras salas de Madrid, así como los estrenos en Barcelona, Sevilla o Valencia.

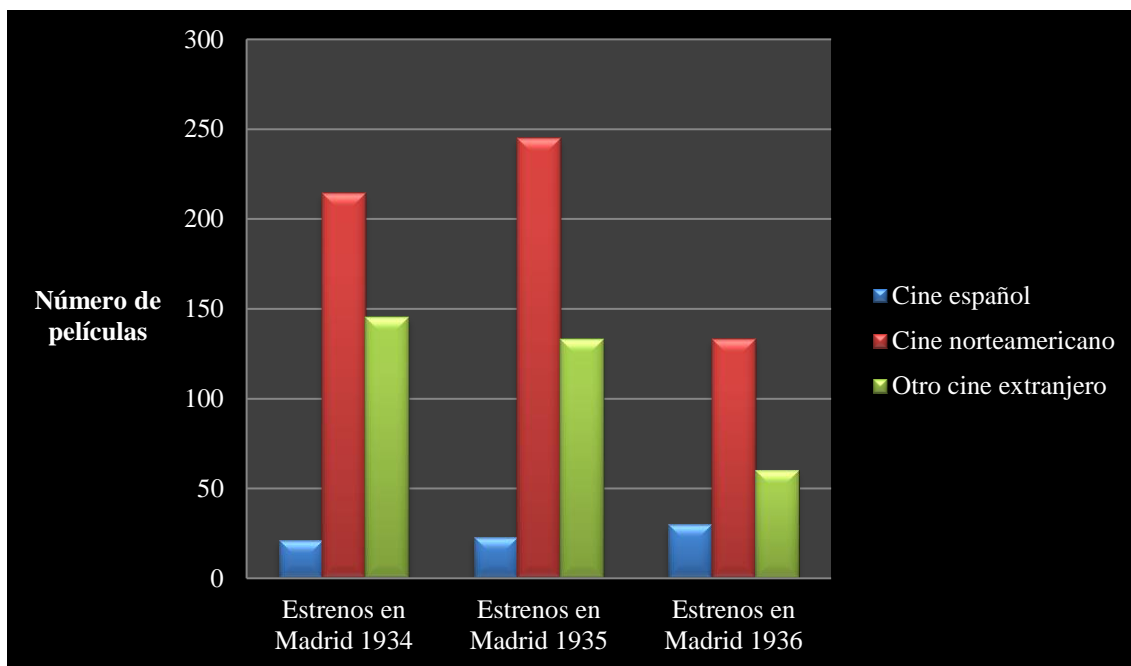


GRÁFICO 1. Estrenos en Madrid según la procedencia de la película

Concretamente, esta es la procedencia de los films en los años 1934, 1935 y 1936:

1934	
PROCEDENCIA DE LAS PELÍCULAS	NÚMERO DE PELÍCULAS
Estados Unidos	214
Francia	51
Alemania e Inglaterra	75
España	21
Argentina y México	17
Austria	1
Checoslovaquia	1
NÚMERO TOTAL DE PELÍCULAS: 380	

1935	
PROCEDENCIA DE LAS PELÍCULAS	NÚMERO DE PELÍCULAS
Estados Unidos	245
Alemania y Austria	48
Francia	44
España	23
Inglaterra	22
Producciones españolas en EE.UU.	7
Argentina	7
México	2
Rusia	2
Polonia	1
NÚMERO TOTAL DE PELÍCULAS: 500⁸⁶	

Hasta julio de 1936 se estrenaron unas 220 películas en las principales salas de estreno de Madrid, pero en esta publicación no se incluyó un cálculo exacto de las películas según su procedencia. Sin embargo, a través del repaso de los desfiles de cartelera entre enero de 1936 y julio de 1936, último mes de la publicación *Cine Español*, muestra que el cine norteamericano sigue dominando claramente las pantallas españolas con un 60% de estrenos, es decir, unos 130 films. Le siguieron el cine europeo, especialmente inglés y francés, con un número de estrenos cercano a las 60 películas. El cine español ocupa el 30% del desfile de carteleras y es cada vez es más protagonista, llegando a la treintena de películas de estreno.

A continuación, vemos un gráfico que compara el número de películas que se estrenan según la nacionalidad de la empresa de distribución:

⁸⁶ Como se acaba de aclarar, resulta muy complicado rastrear y catalogar la procedencia de todas y cada una de las películas estrenadas en Madrid. Gracias a las estadísticas publicadas en la prensa, sabemos que el número total de estrenos fue de 500 aproximadamente. Ahora bien, sólo se ha podido identificar la nacionalidad de unos 380-400 films.

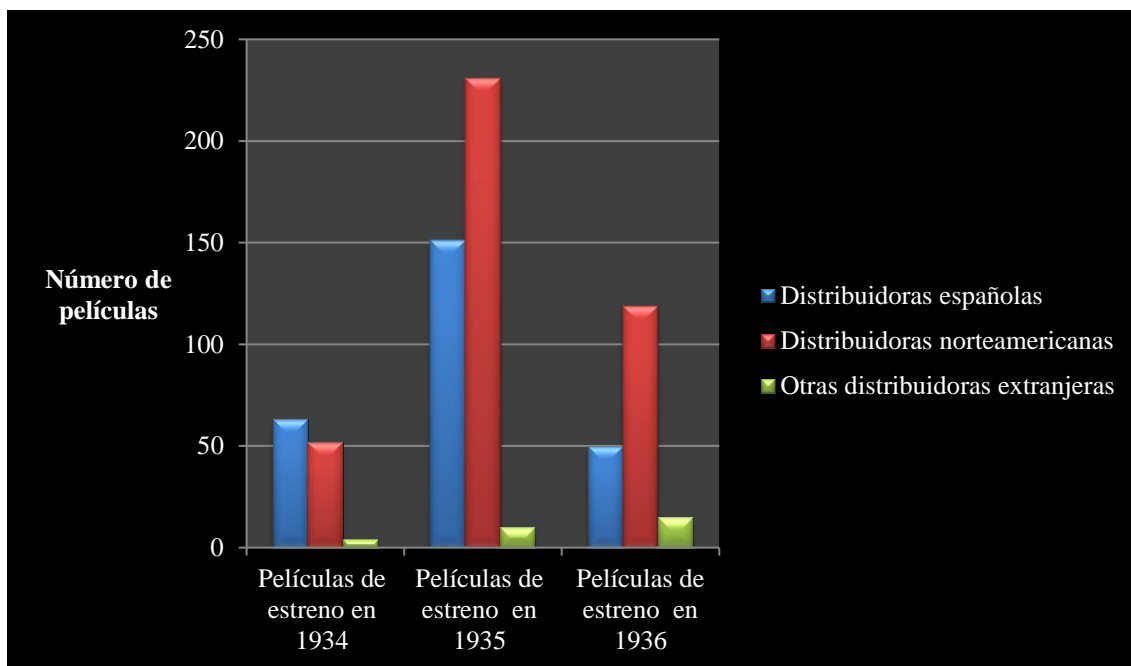


GRÁFICO 2. Estrenos en Madrid según la procedencia de la casa distribuidora

Como se puede observar, las distribuidoras norteamericanas superan ampliamente a las españolas en el número de estrenos que colocan en las casas de exhibición madrileñas. Es cierto que en 1934 las firmas españolas figuran por encima de las norteamericanas, pero hemos de recordar que la fundación de la filial española de la productora norteamericana RKO se produjo en 1934 y la creación de las filiales españolas de Columbia y de United Artist en 1935.

El reparto de los estrenos según la distribuidora es el siguiente:

1934	
DISTRIBUIDORA	NÚMERO DE ESTRENOS
Filmófono	13
Warner Bros	11
Hispano Fox Film	11
Cifesa	10
Metro Goldwyn Mayer	10
Paramount	8
Artistas Asociados	5
Hispano American Film	5

Ufilms	4
Atlantic Films	4
Febrer y Blay	3
Viñals	3
Alianza Cinematográfica Española	3
Carlos Stella	2
Exclusivas Diana	2
Puigvert	2
Meyler Film	2
Radio Films	2
Selecciones Capitolio	2
Rex Film	2
Iberica Film	2
Ernesto González	2
Riesgo Film	2
DASA	2
Galgo Film	1
Enrique Huet	1
Herrero Oria	1
Fesa	1
Renacimiento Film	1
Castilla Film	1
SAGE	1
Triunfo Film	1

En el año 1935 las empresas norteamericanas se impusieron con claridad en el negocio de la distribución cinematográfica, ya que casi todas se sitúan en los primeros puestos en cuanto a la colocación de estrenos en Madrid.

1935	
DISTRIBUIDORA	NÚMERO DE ESTRENOS
Hispano Fox Film	43
Metro Goldwyn Mayer	40

Paramount	32
Warner Bros	31
Hispano American Film	29
Radio Films	24
Artistas Asociados	22
Cifesa	19
Ufilms	17
Ernesto González	17
Atlantic Films	14
Filmófono	13
Columbia	10
Alianza Cinematográfica Española	10
Febrer y Blay	8
Exclusivas Diana	5
Carlos Stella	4
Castilla Film	3
Viñals	3
Selecciones Capitolio	3
Riesgo Film	2
Distribuidores reunidos	2
Hispanis Tobis	2
Francisco Puigvert	2
Rex Film	2
Huet	2
Triunfo Film	2
Cedric	2
Empresa Capital	2
H. da Costa	2
Cinespaña	2
Herrera Oria	2
Freya Film	1
SAGE	1
Ibérica Film	1

Cinamond Film	1
R. J. Cinamond	1
Juán Debros	1
Metropol Film	1
Polonia Film	1
World Wide	1
Cinaes	1
Vita Films	1
Selecciones Mavi	1
Sais Films	1
Albatros Films	1
Exclusivas Triana	1
Films Raza	1
Gráfica Film	1

En 1936, de nuevo, las empresas norteamericanas superaron a las españolas en número la distribución de películas de estreno en Madrid.

1936	
DISTRIBUIDORA	NÚMERO DE ESTRENOS
Hispano Fox Film	23
Metro Goldwyn Mayer	21
Radio Films	17
Paramount	16
Columbia	13
Ufilms	12
Artistas Asociados	11
Warner Bros	9
Hispano American Film	9
Cifesa	8

Edici	6
Atlantic Films	5
Hispanis Tobis	5
Alianza Cinematográfica Española	3
Exclusivas Diana	3
Viñals	3
Herrera Oria	3
Selecciones Capitolio	2
Ernesto González	2
Sice	2
Huet	2
Filmófono	1
Exclusivas Arajol	1
Castillo Notario	1
Huet	1
J. Elías	1
P.C.E.	1
Varsovia Fims	1
Productores Reunidos	1
Sais Films	1
Hércules Films	1

Es interesante observar cómo la industria cinematográfica española se caracteriza por la absoluta dispersión en multitud de pequeñas empresas, lo que refleja esa concepción empresarial aventurera que tanto tiempo acompañó al oficio del film, mientras que en Estados Unidos ocho grandes compañías se reparten el negocio cinematográfico.

Todos estos datos que estamos viendo muestran la presencia masiva de producciones extranjeras, sobre todo norteamericanas, francesas, alemanas e inglesas, en las pantallas españolas durante la II República. Entre 1934 y 1936 la tendencia del número de estrenos fue la siguiente:

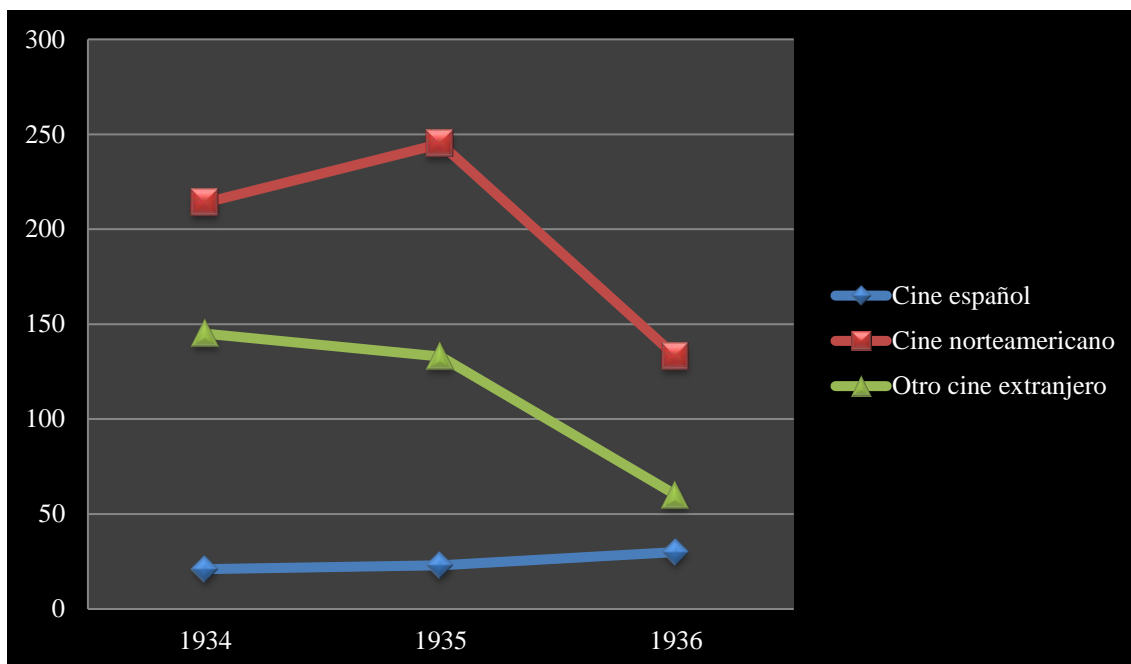


GRÁFICO 3. Tendencia anual de los estrenos en Madrid según la procedencia de las películas

Es evidente que el cine español comienza a tener una presencia clara en las salas de exhibición más prestigiosas de la capital. El crecimiento del número de films españoles que se convierten en estrenos es lento pero continuado. Sin embargo, hay dos hechos que llaman la atención. El primero es que el cine norteamericano copaba nuestras pantallas entre 1934 y 1935, seguido por otras producciones extranjeras. El segundo es la tendencia negativa que experimenta el cine extranjero en nuestro país, cuyo número de estrenos se desploma en 1936. El cine hollywoodiense, a pesar de su caída, se mantuvo aún en 1936 con una ventaja relativamente amplia frente a las producciones hispanas. El resto de producciones foráneas se situaron casi a la altura de las nacionales. El éxito cada vez mayor del cine español consiguió hacer un hueco a las películas españolas en las pantallas madrileñas, pero sobre todo logró que se produjera un descenso drástico de la presencia de material cinematográfico extranjero en nuestras salas de exhibición.

Analicemos ahora la tendencia del número de estrenos según la casa distribuidora encargada de comercializarlos:

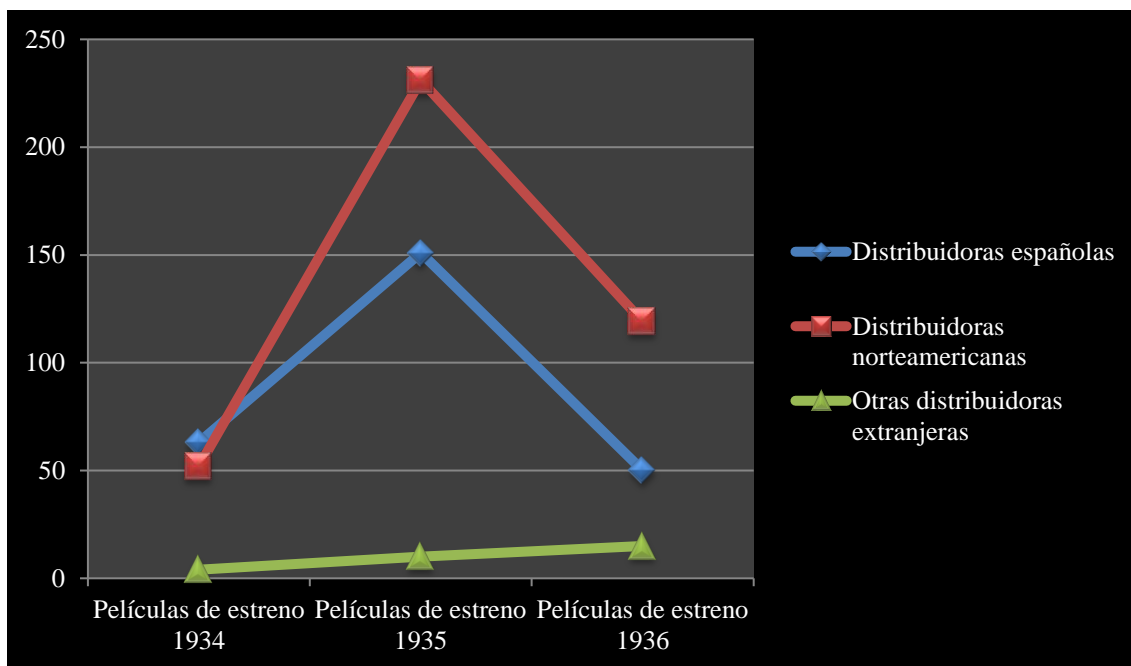


GRÁFICO 4. Tendencia anual de los estrenos en Madrid según la procedencia de las distribuidoras

Como puede verse, una vez que las todas las *majors* abrieron sus filiales en 1935, las distribuidoras norteamericanas dominaron la distribución de films que se convirtieron en estrenos, aunque es cierto que los distribuidores españoles consiguieron mantener una diferencia estable con respecto a sus competidores yanquis. Este hecho resulta importante porque la buena marcha del negocio de la distribución influía directamente en el desarrollo de la producción nacional, tal y como se explicó con anterioridad. El descenso que experimentan las distribuidoras españolas y norteamericanas 1936 en este último gráfico se debe a la falta de datos estadísticos desde julio de 1936 y no a un descenso de su volumen de negocio.

Un dato muy relevante es el número de días que una película se mantenía como estreno en las carteleras de Madrid. Por norma general, todas las producciones se mantenían una media de 7 días en cartelera. Las excepciones fueron las grandes producciones norteamericanas, como *Capturados* (1933) de Roy del Ruth, producida por la Warner y estrenada en octubre de 1934 en el cine Fígaro, donde se mantuvo 19 días, o *La alegre divorciada* (1934) de Mark Sandrich, producida por RKO y estrenada en octubre de 1935 en el cine Avenida, donde estuvo 18 días proyectada. Eso sí, las producciones españolas superaron la media de 7 días de proyección en la mayoría de los casos. Por ejemplo, *Madre Alegría* (1935) de José Buchs, una producción de Exclusivas Diana, se estrenó en el cine Gong y estuvo 26 días en cartelera, o *La verbena de la paloma* (1935) de Benito

Perojo, producida por Cifesa y estrenada en diciembre de 1935 en el Palacio de la Música, estuvo un total de 28 días. Todo esto no hace más que demostrar el tirón comercial de las producciones españolas en taquilla. Embarcarse en la realización de un film era, casi con toda probabilidad, un negocio rentable.

A la vista de estos datos y estos gráficos explicativos, podemos concluir que el mercado cinematográfico español de los años treinta estuvo dominado con una amplia ventaja por la industria hollywoodiense. Ahora bien, el cine español experimentó un desarrollo técnico e industrial que no se había dado hasta este momento. Podemos afirmar incluso que durante estos años acumuló una estructura industrial, en la que está claro que los distribuidores españoles jugaron un papel determinante, que permitía por primera vez, desde 1920, competir contra la colonización del cine norteamericano.

También es justo señalar que se ha magnificado el éxito del cine español republicano. En parte puede deberse a esa voluntad por parte de la historiografía de poner en valor una producción que durante años fue absolutamente ninguneada y olvidada. Es algo que el franquismo llevó a cabo sistemáticamente con todo lo referente a la II República, reduciendo esta etapa, brillante en cuanto a los avances políticos, sociales, intelectuales y artísticos, a una mancha borrosa y vergonzosa de la Historia España. El cine republicano no fue una excepción y también fue objeto del ostracismo franquista. Durante muchos años el cine de la II República fue olvidado y analizado de una manera injusta, situación que numerosos historiadores de nuestro cine han corregido⁸⁷.

Si se consulta ciertas declaraciones de los protagonistas del cine de esta etapa o determinada prensa de la época, puede parecer que el cine español ocupaba casi la totalidad del mercado cinematográfico español. Así se pronunciaba el director Francisco Elías, tal y como recoge Caparrós Lera:

“(…) en 1918 (…), desde hacía cuatro o cinco lustros, que se hallaba España sometida al coloniaje Europeo y la llegada del cine americano, en cantidades masivas y con métodos más eficaces, hizo que en un

⁸⁷ POZO ARENAS, Santiago. *La industria...*, *op. cit.* p. 28: “(…) Muchas fuentes consultadas cometen la injusticia de negarle a la etapa republicana el nacimiento de una industria cinematográfica. Unos confunden sus gustos personales y la calidad estética de las películas con el tema industrial. Otros desconocen absolutamente la época y hablan sin base alguna. Por último, otros condenan de antemano el cine de la II República por cuestiones ideológicas.” El autor de estas líneas está haciendo referencia a los estudios, poco realistas en cuanto al análisis histórico del cine español republicano, de García Escudero, Méndez Leite y de Vizcaíno Casas.

espacio muy breve de tiempo este coloniaje cambiara de signo europeo y se convirtiera en un monopolio americano absoluto. Desde el año 1926 hasta 1932 este monopolio riguroso lo ejerció el cine norteamericano, y fueron esos años 1932-1933-1934-1935-1936 en que sí se libró y ganó la batalla al cine yanqui⁸⁸”.

” [El beneficio económico de la explotación de las cintas] de la Paramount y de la Metro eran bajísimas. (...). *Morena Clara* (...) alcanza en su explotación por todas las ciudades y pueblos de España ingresos (...) diez, quince y hasta veinte veces mayores que los que jamás obtuvo película americana alguna⁸⁹”.

Por su parte, la prensa cinematográfica de la Segunda República se mostraba exultante:

“Venimos observando con agrado que las empresas no sólo ya no rechazan sistemáticamente toda producción española, sino que la prefieren, la anteponen en la composición de sus carteles a las extranjeras. (...)

(...) El film yanqui pierde paulatinamente su poder en nuestra cartelera cinematográfica, dejando paso a la producción española, mejicana y de otros países que demuestran la perfección y bondad de sus películas, la magnificencia, y superación en los medios y valores técnicos de sus estudios, la organización de sus casas distribuidoras con elementos espléndidos de propaganda y con el entusiasmo inherente a toda empresa de limpio y claro valor patriótico y comercial.

(...) Porque los tantos por cientos conquistados en las carteleras representan cantidades ganadas por la natural competencia, mayor cada día, y que antaño no tuvieron, debido a su excelente y no superado poder financiero y a la organización de todos los organismos y elementos directivos cinematográficos, que la hacen inexpugnable, aunque carezcan de la cultura debida para el nivel que ocupan y que ése será

⁸⁸ CAPARRÓS LERA, José María. *Memorias...*, op. cit. p. 22.

⁸⁹ *Ibíd.*, p. 24.

precisamente el talón de Aquiles de la producción americana en su lucha con la europea.

(...) La cultura en general, el arte, la poesía, el saber, son valores tradicionales en nuestras tierras, que nadie podrá superarnos y que han de ser en definitiva los que han de vencer en esta lucha, en cuanto nos vayamos organizando, lo que se va efectuando con los resultados lógicos y previstos.⁹⁰”.

Incluso demasiado confiada de la derrota del cine norteamericano, la cual daban por hecha:

“América pierde la cabeza... y también pudiéramos decir: “Las grandes empresas americanas pierden la cabeza”, porque es lo cierto que andan desorientadas, mejor diríamos asustadas, del arrollador empuje del «cinema» europeo.

Porque lo cierto es que el desbarajuste que existe durante estos meses en las grandes y más importantes casas americanas del «cine», en donde los altos cargos de gerencias y presidencias están de un lado para otro, es pura y sencillamente miedo.

Miedo a perder del todo su predominio y fuerza cinematográfica en Europa. Miedo porque ven que el cine europeo crea cintas de mayor interés artístico y comercial que las americanas. Miedo a quedarse rezagados, cuando ellos siempre fueron en las avanzadas; y miedo porque están perdiendo el tanto por cierto en la colocación de sus películas en Europa.

(...) porque, señores yanquis, ya es hora de que ustedes dejen de mandar a su antojo en nuestro propio hogar, y si antaño fuimos torpes y lentos en estos menesteres cinematográficos, bien se aprovecharon vuestras mercedes, que así se decía en otros tiempos, y es justo y equitativo que en Europa dominen los elementos europeos, y ese 70 por

⁹⁰ MONTAGUD, Filiberto (dir.). *Cine...*, op. cit. nº 8, octubre de 1934, p.1.

100 de producción americana que todavía se sostiene en Europa, quede reducido al 25 o 20 por 100, que es el que realmente corresponde⁹¹.”

Los editores se recreaban una y otra vez en sus medios por el hecho de que el cine español, y también el europeo, ganase terreno frente a las producciones de Hollywood:

“No es ésta la vez primera vez que en estas columnas tratamos del impulso de la producción europea, adquirido en tan corto espacio de tiempo, que su competidora, la norteamericana, ve amenazada muy seriamente su potestad en el mercado europeo y en todo el americano de habla hispana.

Y esta alarma es muy justificada, dado el considerable aumento de las producciones nativas en casi todos, y con más propiedad todos los países del continente.

Las editoras norteamericanas se han visto forzadas, para darle salida a sus producciones, a arrendar en las grandes capitales europeas locales cinematográficos para explotarlos por su cuenta, porque los salones de estreno iban restando fechas a sus cintas, dando cabida a las puramente nacionales.

Y como éstas se sostienen en el cartel más días, por lo general, que aquellas, se presentaba el problema de terminar las temporadas sin colocar las cintas preparadas para estreno.

(...) Nosotros, sinceramente, nos alegramos que mucho más aprisa de lo calculado vaya descendiendo la capacidad norteamericana, y que vaya aumentando firme y seguramente nuestra producción nacional.

El problema para las empresas yanquis no tiene solución, puesto que es norma de la vida que unos venzan y otros sean los vencidos, y fatalmente para Norteamérica, nuestra producción tiene que vencer, pues su superior capacidad financiera es una cualidad de fácil y posible captación, que Europa consigue sin el menor esfuerzo, pasada la

⁹¹ *Ibíd.*, n° 18, agosto de 1935, p. 1.

sorpreza de los primeros tiempos del cinema, organizando empresas productoras que pueden servir ya de modelo a las hollywoodienses; pero en cambio, tenemos los europeos un instinto artístico, producto de siglos y más siglos; un caudal de historia de arte tan nuestro, tan íntimo y tan dentro de nuestro ser, que eso no es posible que América lo consiga, por muchos dólares de que disponga.

(...) Pero, hagan lo que hagan, el mercado se les va poco a poco, y en España, repetimos, ese descenso, que coincide con el aumento de nuestra producción, nos conforta a cuantos laboramos en pro del cinema nacional⁹²”.

A día de hoy no hay dudas, el cine republicano no sólo tuvo un desarrollo notable, sino que además está considerado uno de los momentos de mayor esplendor de la historia de la cinematografía española. Sin embargo, esto no significa que el cine español superara el volumen de negocio del cine norteamericano. Su dominio, a juzgar por los desfiles de las carteleras de los cines de Madrid, fue un hecho⁹³. Como bien refleja Felipe Cabrerizo, cuyas palabras suscribo totalmente:

“Numéricamente, la mayor parte de distribuidoras en activo durante el periodo de la II República eran españolas, pero en realidad quienes mantenían una cota de mercado mayoritaria eran las americanas. La fuerza con la que contaban era determinante, ya que ninguna productora se arriesgaba a iniciar el rodaje de una película si ésta no contaba con garantías para una distribución que pudiera amortizar los gastos de realización, quedando la calidad del producto en un segundo plano⁹⁴.”

⁹² *Ibid.*, nº 29, julio de 1936, p. 1.

⁹³ Ya comentamos en el anterior apartado, “4.3.3. Las empresas de distribución cinematográfica españolas”, que a pesar de que las salas de exhibición de provincia resultaron ser un mercado muy beneficioso desde el punto de vista económico, los grandes cines de Madrid y Barcelona determinaban el éxito o el fracaso de las producciones y era en estas grandes salas donde las distribuidoras querían colocar sus exclusivas el máximo número de días posibles

⁹⁴ CABRERIZO PÉREZ, Felipe. *La Atenas militarizada. La industria cinematográfica en Gipuzkoa durante la Guerra Civil (1936 - 1939)*. Donostia: 2007, p. 178.

La realidad es que la producción española, en combinación con una distribución eficaz y unos empresarios exhibidores conscientes de tirón de las películas españolas en las taquillas, iba remontando poco a poco el dominio de Hollywood e, incluso, podía haberlo desbancado si no llega a producirse la sublevación fascista del 18 de julio 1936.

CONCLUSIONES

En primer lugar, hablemos de las conclusiones extraídas en torno al estudio de la distribución cinematográfica en España.

El sector de la distribución experimentó una evolución continuada entre 1896 y 1931. Comenzó siendo una actividad prácticamente inexistente, pues formaba parte de las tareas de comercialización de los propios realizadores-productores. Con la rápida expansión del fenómeno cinematográfico, se hizo indispensable una figura intermedia que se encargase de negociar y distribuir los films entre las productoras y las salas de exhibición: el alquilador o distribuidor. A partir de los años 10, las casas de distribución tejieron una red comercial entre las principales capitales de provincia, abasteciendo a todas las salas de la geografía española de material cinematográfico. El negocio de la distribución se fue asentando durante esta década y se convirtió en una pieza fundamental en la Historia del cine en España, ya que eran ellos quienes decidían qué producciones se ponían en alquiler. Naturalmente, solían apostar por el cine extranjero, norteamericano y europeo, porque los empresarios dedicados a la exhibición así lo demandaban. El cine extranjero otorgaba mayor rendimiento en taquilla y mayor beneficio económico. A pesar de las distintas crisis que se van sucediendo en el engranaje cinematográfico español, especialmente en el sector de la producción, el número de casas de distribución nunca dejó de aumentar, sin duda por la ventajosa posición económica que tenían los distribuidores

La España de los años treinta es un periodo histórico de contrastes. El cambio político que supuso la proclamación de la II República vino acompañado de la agudización de los conflictos sociales y económicos. Al mismo tiempo que se sucedieron gobiernos, huelgas y represión, la cultura, y con ésta me refiero también a la educación de base de la sociedad, experimentó un desarrollo muy notable en estos años.

La llegada del cine sonoro, que coincidió con el nuevo gobierno democrático, supuso en un principio un retroceso para la endeble industria cinematográfica española. El mercado de cine español, inserto en un proceso de conversión del fenómeno fílmico en un instrumento de ocio de masas, quedó a merced de las producciones extranjeras, especialmente de las norteamericanas. Una vez que pasó el *shock* de la adaptación al cine

sonoro, el público español empezó a dar muestras de rechazo hacia las películas mal dobladas o con subtítulos. Tampoco tuvieron mucho éxito las versiones en castellano que llevó a cabo Hollywood, pues la mezcla de acentos españoles y latinoamericanos resultaba extraña y artificial para los espectadores. Desde 1932 se construyeron estudios sonoros para la realización de películas españolas, las cuales cosecharon un éxito nunca visto hasta el momento.

El éxito comercial del cine republicano se debió a la aceptación del público español, que veía reflejado en las pantallas su cotidianeidad, su cultura popular y sus gustos musicales. Los directores, guionistas, técnicos, actrices y actores del momento supieron plasmar e interpretar escenas e historias que cautivaron a los espectadores, quienes acudieron fielmente a las salas de cine para ver una y otra vez las películas españolas.

Sin embargo, el desarrollo cinematográfico español no fue sólo consecuencia de la parte artística y técnica de las películas, sino que vino determinado por la creación de una infraestructura industrial que no había existido hasta ese momento. La aparición de productoras de cine que tenían una visión comercial de futuro y una política estable de producción de films fue fundamental. No sólo Florián Rey, Benito Perojo, Miguel Ligeró o Imperio Argentina fueron las “estrellas del cine español”, también tienen su papel destacado Cifesa, Filmófono, Ufilms o Exclusivas Diana. Estas productoras fueron capaces de superar esa vieja idea de la aventura empresarial, que siempre había acompañado al proceso de manufactura de un film en España, con el fin de crear empresas capaces de generar un volumen de producción acorde con las posibilidades económicas que otorgaba la industria de cine.

En cuanto a la distribución cinematográfica de cine, un campo de estudio lleno de sombras e informaciones erróneas, se ha constatado que fue una pieza clave en el despegue de la producción española. En primer lugar, la creación de una compleja red de casas de distribución, apoyada en sucursales y agentes, fue la herramienta esencial para la comercialización de cine en todos los rincones de la península. En segundo lugar y esto constituye un hecho fundamental, las productoras de cine con vocación empresarial estable y que desarrollaron una exitosa política de producción continuada, fueron desde sus inicios empresas de distribución cinematográfica. Es más, en muchos casos las primeras producciones que llevaron a cabo determinadas empresas, como la emblemática Cifesa, se apoyaron directamente en el capital obtenido de la compra-venta y alquiler de

films. Estas productoras también consideraron el negocio de la distribución como una fuente de ingresos estable para las labores de producción. Además, fueron muy conscientes de la necesidad de mantener una red de comercio estable que les permitiera distribuir sus producciones de una forma eficaz por todas las salas de exhibición española.

No puede negarse el hecho de que los empresarios dedicados a la distribución no tuvieron muchos reparos a la hora de abandonar la producción nacional en favor del cine norteamericano, contribuyendo así a la colonización extranjera de nuestras pantallas. Su posición de ventaja en el mercado cinematográfico les permitía obtener grandes beneficios a bajo riesgo, todo ello a pesar de los abusos comerciales que imponían las *majors*. Prueba de ello es que las casas distribuidoras crecieron paulatinamente desde la llegada del cine a España, dando lugar a un mercado profundamente fragmentado en pequeñas empresas de carácter regional. Sin embargo, una vez que fueron conscientes de las posibilidades económicas del cine español con el advenimiento del sonoro, no sólo impulsaron comercialmente la presencia de películas española en nuestras pantallas, sino que fueron parte activa en el desarrollo cinematográfico republicano.

El progreso de la cinematografía española durante el periodo republicano es un hecho constatado en multitud de estudios. Sólo la Guerra Civil fue capaz de frenarlo, destruyendo prácticamente todo lo construido hasta el momento y condenando a la industria cinematográfica española a empezar prácticamente desde cero. Sin embargo, no puede obviarse el hecho de que el cine norteamericano mantuvo su dominio en el mercado cinematográfico español. Es cierto que la mejora cualitativa de los films en español y su rendimiento en taquilla pusieron en peligro la hegemonía del cine yanqui, incluso se crearon infraestructuras industriales que pretendían disputarle este control. Pero a pesar de estos intentos y de que el número de empresas productoras y distribuidoras españolas era muy superior a las estadounidenses, éstas disfrutaron de mayor volumen comercial al controlar la producción, la distribución y la exhibición y asegurar la rentabilidad de sus cintas.

La segunda parte de esta tesis doctoral ha dado cuenta de la intensa actividad vital y empresarial de Saturnino Ulargui Moreno, una figura capital en la Historia del cine español de los años veinte, treinta y cuarenta. Su constante presencia en los estudios sobre

cinematografía española, a través de menciones o breves artículos, contrasta con la escasa profundidad con la que su ha sido analizada su figura.

Toda su actividad industrial estuvo marcada desde el primer momento por la tradición financiera y bancaria de la familia Ulargui. Al igual que su abuelo, su padre y su tío, Saturnino Ulargui siempre mostró interés por elevar las aspiraciones de sus proyectos y empresas. Está claro que Ulargui fue un enemigo del conformismo empresarial y buscó el máximo impacto y el mayor beneficio económico posible en todos sus negocios.

Su entrada en el negocio cinematográfico en 1926 responde a una serie de circunstancias y relaciones personales surgidas a través de su formación académica como arquitecto. Ulargui pasó de diseñar salas de exhibición a distribuir productos cinematográficos de prestigiosas firmas europeas, como la UFA alemana y la BIP británica. Con el capital obtenido de la comercialización de películas, este empresario riojano se lanzó a la producción cinematográfica. Las distintas empresas que fundó se centraron en las labores de distribución y producción de cine, aunque también tuvieron conexiones directas o indirectas con el tercer sector capital de la industria, la exhibición, así como con otras actividades propias del negocio como la publicidad o el doblaje.

La segunda parte de esta tesis doctoral se ha centrado en la actividad de Ulargui durante la Segunda República (1931-1936), aunque se han incluido a modo de contextualización histórica los inicios vitales y empresariales de Ulargui y su trayectoria durante la Guerra Civil y el primer Franquismo. Si se repasan las fechas en las que Ulargui, a través de sus firmas Ufilms y Ufisa, llevó a cabo sus producciones, se observa que el mayor número de films los produjo entre 1938 y 1944, cuando régimen republicano había llegado a su ocaso. Entonces, ¿por qué analizar en profundidad su etapa republicana si fue durante el franquismo cuando su negocio alcanzó el mayor punto de desarrollo? La investigación sobre su figura revela a Ulargui como un hombre de negocios con expectativas de crear una industria cinematográfica sólida capaz de abastecer el mercado español de productos fílmicos, de insertarse en el contexto mercantil europeo y de expandir su radio de acción hacia Latinoamérica. Son muy numerosos los estudios que han constatado que la construcción de una industria española de cine se inició por primera vez durante la II República, debido a una serie de sucesos favorables que hicieron de las películas españolas las preferidas por el público. Productores, socios capitalistas, distribuidores, exhibidores, directores y actores supieron aprovechar esta coyuntura histórica y fueron

capaces de confeccionar un cine español de relativa calidad técnica y artística y, sobre todo, muy comercial. Esta etapa vio florecer empresas cinematográficas como Cifesa de Vicente Casanova, Filmófono de Ricardo Urgoiti o Atlantic Films de Jaime Salas. La imagen histórica de Saturnino Ulargui como un distribuidor y productor ambicioso, oportunista y de considerable éxito, es fruto del desarrollo del cine español durante la etapa republicana. Fue en estos años cuando Ulargui, fiel a su instinto comercial, decidió apostar fuertemente por un ambicioso plan de producción. El estallido de la contienda civil no frenó sus pretensiones y buscó nuevas vías para desarrollar sus proyectos en Alemania e Italia, las principales potencias del Eje. El triunfo del bando sublevado, al que se adscribió durante la guerra, le permitió llevar a cabo más de una veintena de producciones. En este sentido, Ulargui y sus empresas representan un caso similar a Cifesa, considerada durante muchos años una productora de cine eminentemente franquista. En realidad, tanto Cifesa como Ufilms-Ufisa hunden sus raíces y su visión empresarial en el cine republicano. Basta con repasar aquellos títulos con los que Ulargui obtuvo un gran éxito comercial en los años cuarenta, a pesar del rechazo generalizado de la crítica franquista. Largometrajes como *Los hijos de la noche*, *Héroe a la fuerza*, *Pepe Conde*, o los cortometrajes *La parrala* y *Verbena*, rezuman el componente popular y costumbrista que cautivó al público español en la década de los treinta, evidenciando la herencia republicana de los proyectos cinematográficos de Saturnino Ulargui.

En este estudio se han planteado dos hipótesis generales en cuanto a la figura de Saturnino Ulargui. Por una parte, su condición de distribuidor y productor español; por otra su pertenencia a la tendencia del denominado “Film europeo”, lo que le convierte en un distribuidor y productor europeo.

En primer lugar, es evidente que Saturnino Ulargui formó parte de un proceso de conversión de distribuidor de películas a productor de cine español. Desde los inicios del fenómeno cinematográfico en España, hemos comprobado la importancia que tuvo la adquisición de capital a través de la compra-venta y el alquiler de films para que las casas productoras pudieran acometer la confección de películas. Ahora bien, durante el periodo republicano se generalizó esta transformación de los distribuidores a productores. Vicente Casanova y Cifesa, Ricardo Urgoiti y Filmófono, Jaime Salas y Atlantic Films, Luis Saiz Fernández y Exclusivas Diana, o Saturnino Ulargui y Ufilms, se convirtieron en los mayores promotores de la producción cinematográfica española durante la II República. Estos personajes pasaron de ser exitosos empresarios dedicados a la distribución de

material cinematográfico, a erigirse en figuras esenciales del desarrollo de la industria de cine en los años treinta. Ulargui se convirtió en productor de cine español gradualmente. Olvidando su primer y decepcionante intento de producción, *La canción del día*, empezó con una tímida participación en *Vidas rotas* como socio capitalista de Inca Films, empresa que quedó absorbida poco tiempo después por Ufilms. De este modo, *El malvado Carabel* terminó por ser la primera producción de Ufilms. Este proceso de conversión en productor culminó con *María de la O*, un film que refleja a la perfección todos los elementos propios del cine republicano español y permite comprobar el conocimiento que tenía Ulargui de los gustos del público.

En segundo lugar, los indicios que surgen de la investigación de esta figura riojana llevan directamente a considerarlo como el máximo representante español del “Film europeo”, una práctica bastante generalizada en Europa basada en la realización de un cine europeo internacional, capaz de triunfar comercialmente y de desbancar de las pantallas del viejo continente a las producciones norteamericanas. Una de las bases de esta tendencia cinematográfica era la colaboración entre países, tanto para la producción de los films como para su comercialización y exhibición. Su origen se remonta a los años veinte, pero tuvo continuidad durante los treinta y los cuarenta, aunque bajo contextos políticos, económicos y sociales distintos. Los estudios dedicados a este fenómeno fílmico europeo han señalado la importancia de Alemania y Francia y, en menor medida, de Italia, Inglaterra y la URSS. Sin embargo, la presencia de España en esta tendencia resultaba fundamental de cara a la expansión comercial hacia Iberoamérica, un mercado copado por la producción hollywoodiense y que las industrias europeas, especialmente la alemana, ansiaban conquistar. Ulargui fue con toda probabilidad la personalidad cinematográfica española más cercana al “Film europeo”, un aspecto que lo diferencia del resto de distribuidores y productores contemporáneos a él. Resulta relativamente sencillo advertir este aspecto de la trayectoria empresarial de Ulargui a partir de 1938, cuando, al calor de la colaboración cinematográfica con las potencias del Eje, Ulargui se convierte en uno de los mayores promotores de la coproducción de films en Alemania y, más decididamente, en Italia. Sin embargo, sus vínculos con esta tendencia europea tienen su origen en 1924, antes incluso de obtener la exclusiva de los productos de la UFA. Desde que formara parte de la fundación de SAGE y aceptara el proyecto de construcción del cine Palacio de la Música, Ulargui comenzó a tener relaciones indirectas con empresas y profesionales de cine que practicaban la coproducción de films y trataban de facilitar la

circulación de éstos por toda Europa. Estas conexiones de Ulargui son como una especie de hilos separados y perdidos en el tiempo por la ausencia de fuentes históricas, pero hay empresas y nombres propios que se repiten una y otra vez en la búsqueda de información sobre sus actividades. Por tanto, la unión de estos hilos aparentemente separados y sin significado, aportan suficientes evidencias como para plantear la hipótesis de que Saturnino Ulargui estuvo influenciado y vinculado al “Film europeo” desde sus comienzos en el negocio: fue socio accionista de SAGE, que fue absorbida por Julio César, una productora española que participó en coproducciones con la firma Albatros; distribuyó el material cinematográfico de dos productoras que promovieron la creación de cine transnacional europeo, como fueron la UFA y la BIP; y trató de llevar a cabo el primer film sonoro español en Inglaterra valiéndose de sus relaciones con las casas europeas anteriormente citadas. Su contacto directo con la práctica de creación de cine europeo coincide de manera general con los procesos migratorios iniciados por minorías étnicas, sobre todo de judíos, a causa de la instauración del gobierno nacionalsocialista en 1933. De una forma más particular, este contacto directo se corresponde con la adquisición de la exclusiva comercial de Cine-Allianz en 1932, una productora transnacional considerada alemana, pero afincada en París y constituida con capital judío. Sus fundadores, Gregor Rabinowitch y Arnold Pressburguer, fueron dos de los máximos exponentes del cine transnacional europeo de los años treinta, emulando la significación que pudo tener la figura de Erich Pommer en la década de los veinte. Es muy probable que su estrecha relación comercial y personal con ambos productores permitiese a Ulargui entrar de nuevo en contacto con la producción a través de Inca Film. A partir de este momento, sus producciones poseerán numerosos elementos que fomentan la proyección comercial de las mismas hacia otros países. Su vocación de distribuidor/productor europeo culmina con sus colaboraciones con la Alemania de Hitler y la Italia de Mussolini que, si bien estuvieron favorecidas por una afinidad ideológica entre regímenes, se caracterizaron por la existencia de importantes intereses económicos por parte de las industrias de los tres países. Además, la contratación de personal extranjero en sus empresas, ya fuera en puestos de dirección o desempeñado labores técnicas y artísticas, fue algo habitual en Ufilms y en Ufisa, aportando, de nuevo, ese carácter internacional que acompañó a Saturnino Ulargui durante toda su carrera.

Ulargui fue también uno de los pioneros de la cinematografía española, algo propio de un hombre de negocios con su inquietud y con gusto por las aventuras empresariales que

prometían beneficios económicos. El riojano fue el introductor de la producción alemana de la UFA y de la británica BIP; se desplazó a los estudios británicos de Twickenham para realizar la primera película hablada en español en régimen de coproducción; supo situarse a la vanguardia de la industria española en la cooperación cinematográfica internacional con Alemania e Italia a finales de los años treinta y principios de los cuarenta, con éxitos de taquilla incontestables como *Sin novedad en el Alcázar*; y desarrolló una política de producción de cortometrajes consistente en una serie de films de complemento para rellenar los programas de las salas de exhibición.

Saturnino Ulargui hizo gala a lo largo de su vida del oportunismo, tanto en su vida personal como en su trayectoria laboral. Ejemplos de ello fueron el aprovechamiento de los recursos económicos, técnicos y humanos derivados del ostracismo al que fueron condenados los judíos por parte del Tercer Reich; su doble juego en la comercialización de films durante la Guerra Civil en ambas zonas del conflicto; o su decida participación en las políticas de cooperación cinematográfica con los regímenes totalitarios de Alemania e Italia, que no sólo le proporcionaron la oportunidad de desarrollar su plan de producciones, sino que lo situaron en una posición muy privilegiada en el contexto industrial que se abría paso con el triunfo militar de Franco y la instauración del nuevo régimen. Este excesivo oportunismo le pasó factura, pues su inclusión en las listas negras de Estados Unidos, fueron mermando lentamente su negocio hasta su muerte en 1952.

Ulargui tuvo una participación más o menos directa en todo tipo de actividades relacionadas o no con la industria cinematográfica.

De entre las que están relacionadas con el negocio de cine, destacó su vínculo con la exhibición, ya que trató de unificar los tres sectores clave de la industria, a saber, producción, distribución y exhibición, al estilo norteamericano. Sin embargo, sus relaciones fueron más bien de fluidez y de acuerdos favorables con los exhibidores, más que un control directo de las salas. Esta unificación la logró mediante los films de complemento, los cuales producía Ufisa, distribuía Ufilms y proyectaba, por ejemplo, el Cine Actualidades, sala en la que Ulargui tuvo un peso específico en el diseño de la programación. Otras actividades relacionadas con el cine en las que el riojano trabajó fueron el doblaje y la publicidad. En definitiva, Ulargui construyó un negocio cinematográfico muy completo que trataba de tener el máximo control posible sobre todos

los procesos que intervienen en la creación de un film, su comercialización y su éxito final.

Entre sus otras actividades no relacionadas con el cine, al menos no de forma directa, destaca su labor como arquitecto. Esta era su profesión inicial y no dejó de realizar proyectos y tomar partido en iniciativas relacionadas con la arquitectura. Es más, siempre fue considerado por la opinión pública como un arquitecto dedicado a la industria cinematográfica. El desarrollo de su vida como figura pública y destacado hombre de negocios llevaron a participar en multitud de eventos, proyectos e iniciativas de todo tipo: bodas, consejos de administración de casinos, adscripción a peñas riojanas, presencia en grupos empresariales de prestigio, partidos políticos, etc.

Así pues, la figura de Saturnino Ulargui resulta fascinante por la amplitud de sus negocios y por su trayectoria vital. Ahora bien, en lo referente al estudio cinematográfico, Ulargui es una figura clave en el desarrollo del cine español durante la II República y fundamental para entender los avatares de la industria cinematográfica española durante la Guerra Civil y el primer Franquismo. Además, es el personaje que certifica la participación de España en las prácticas de cine transnacional europeo, ejemplificando en su persona las características, las carencias, las ventajas y las particularidades de la industria española del cine. Se ha le ha definido en alguna ocasión como un personaje paralelo a Cecil B. DeMille por su oportunismo político y empresarial. Sin rechazar esta premisa, que considero en parte bastante acertada, creo que Ulargui aunaba en su persona, además de ciertos aspectos que lo asemejan al citado director estadounidense, elementos que lo convierten en un promotor activo del cine republicano español, al estilo de Vicente Casanova o Ricardo Urgoiti, y una mentalidad empresarial cinematográfica europeísta, que lo asemejaría directamente a personalidades como Rabinowitch y Pressburger. Saturnino Ulargui ha de ser considerado como un distribuidor y productor de cine español fundamental en los años treinta y cuarenta, por un lado; y, por otro, como un productor y distribuidor europeo, como el representante español del cine transnacional del viejo continente.

BIBLIOGRAFÍA

Tesis doctorales, manuales y monografías de Historia de España

LUENGO, Félix y AIZPURU, Mikel. *La Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid: Alianza Editorial, 2013.

PARADAS, Javier (dir.). *Historia de España Contemporánea*. Barcelona: Sello Editorial, 2009.

PAYNE, Stanley. *La primera democracia española: la Segunda República: 1931-1936*. Barcelona: Paidós, 1995.

PRESTON, Paul. *Las derechas españolas en el siglo XX: autoritarismo, fascismo y golpismo*. Madrid: Sistema, D.L. 1986.

Tesis doctorales, manuales y monografías de Cine

ARROYO, Carlos Gustavo y ÁVILA, Alberto Carlos. *Historia Cinematográfica de la Unión Europea*. Barcelona: Ediginer, 1999.

ÁVILA, Alejandro. *El doblaje*. Madrid: Cátedra, 1997.

ÁVILA, Alejandro. *La historia del doblaje cinematográfico*. Barcelona: CIMS 97 S.L., 1997.

BENET, Vicente. *El cine español: una historia cultural*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2012.

CABRERIZO PÉREZ, Felipe. *La Atenas militarizada. La industria cinematográfica en Gipuzkoa durante la Guerra Civil (1936 - 1939)*. Donostia: 2007.

CAPARRÓS LERA, José María. *Arte y política en el cine de la República: (1931-1939)*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1981.

CAPARRÓS LERA, José María. *Historia Crítica del Cine Español*. Barcelona: Ariel Historia, 1999.

CAPARRÓS LERA, José María. *Memorias de dos pioneros: Francisco Elías y Fructuós Gelabert*. Barcelona: 1992.

CAPARRÓS LERA, José María: *El cine republicano español: 1931-1939*. Barcelona: Dopesa, 1977.

CEBOLLADA, Pascual y SANTA EULALIA, Mary G. *Madrid y el cine. Panorama filmográfico de cien años de historia*. Madrid: Comunidad de Madrid, Consejería de Educación, 2000.

CLAVER ESTEBAN, José María. *El cine en Aragón durante la Guerra Civil*. Zaragoza: Ayuntamiento, Servicio de Acción Cultural, 1997.

CRUSELLS, Magí. *La Guerra Civil española: cine y propaganda*. Barcelona: Ariel, 2000.

CUEVAS, Antonio. *Economía Cinematográfica. La producción y el comercio de películas*. Madrid: Imaginógrafo, 1999.

DIEZ PUERTAS, Emeterio. *Historia social del cine en España*. Madrid: Fundamentos, 2003.

DISTELMEYER, Jan. *Alliierte für den Film: Arnold Pressburger, Gregor Rabinowitsch und die Cine-Allianz*. Munich: Text + Kritik, 2004.

DUROVICOVÁ, Natasá. *Multiple and Multiple-language Versions/Versions multiples*. Revista *Cinema & Cie International Film Studies Journal*, nº4. Milan: Il Castoro, 2004.

FERNÁNDEZ COLORADO, Luis y CERDÁN, Josetxo. *Ricardo Urgoiti: Los trabajos y los días*. Madrid: Filmoteca Española, 2007.

FERNÁNDEZ COLORADO, Luis. *Repercusiones socio-industriales y creativas de la implantación del cine sonoro en España (1927-1934)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, 2002

GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio (Coord.). *El paso de mudo al sonoro en el Cine Español* (IV Congreso de la Asociación Española de Historiadores del Cine). Madrid: Editorial Complutense/A.E.H.C., 1993.

GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *El cine español entre 1896 y 1939*. Barcelona: Ariel, 2002.

GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio. *La cultura de la imagen*. Madrid: Fragua, 2006.

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente. *La exhibición cinematográfica en España*. Madrid: Cátedra, 2015.

GARÇON, François. *La distribution cinématographique en France: 1907-1957*. CNRS, 2006. Paris: CNRS, 2006.

GÓMEZ LÓPEZ, Palmira. *El cine en Barcelona, una generación histórica: 1906-1923*. Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona: 1984.

GÓMEZ LÓPEZ, Palmira. *Els anys daurats del cinema clàssic a Barcelona, 1906-1923*. Barcelona: Edicions 62, Diputació de Barcelona, Institut del Teatre, 1987.

GONZÁLEZ DELGADO, Ana. *La exhibición cinematográfica en Badajoz (1914-1929)*. Memoria para optar al grado de doctor. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2015.

GUBACK, Thomas. *La industria internacional del cine*. Fundamentos, Madrid, 1980.

GUBERN, Román (et al.). *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra D.L., 1997.

GUBERN, Román. *Benito Perojo. Pionerismo y supervivencia*. Madrid: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Ministerio de Cultura, 1994.

GUBERN, Román. *El cine sonoro de la II República 1929-1936*. Barcelona: Lumen, 1977.

HEININK, Juan B. *Catálogo de las películas estrenadas en Vizcaya: 1929-1937. Vol. I*. Bilbao: Museo de Bellas Artes de Bilbao, D.L. 1986.

LAHOZ RODRIGO, Juan Ignacio (ed.). *A propósito de Cuesta. Escritos sobre los comienzos del cine español*. Valencia: Generalitat valenciana, 2010.

LEÓN AGUINAGA, Pablo. *El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda*. Memoria para optar al grado

de doctor. Universidad Complutense De Madrid Facultad de Geografía e Historia
Departamento de Historia Contemporánea. Madrid: 2009.

LUENGO, Félix y AIZPURU, Mikel. *La Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid:
Alianza Editorial, 2013.

MESEGUER, Manuel Nicolás: *La intervención velada: el apoyo cinematográfico
alemán al bando franquista (1936-1939)*. Murcia: Universidad de Murcia, 2004.

MONGUILOT BENZAL, Félix. *Coproducción y Colaboración Cinematográfica
Hispano-italiana durante los Años 1939-1943*. Tesis doctoral dirigida por Joaquín Tomás
Cánovas Belchí. Murcia: Universidad de Murcia, Departamento de Historia del Arte de
la Facultad de Letras, 2015.

PÉREZ PERUCHA, Julio (ed.). *Antología Crítica del Cine Español (1906-1995)*.
Madrid: Cátedra D.L., 1997.

PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía.
El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de
Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016.

PÉREZ PERUCHA, Julio. *Historia del cortometraje español*. Alcalá de Henares:
Festival de Cine de Alcalá de Henares, 1996.

POZO ARENAS, Santiago. *La industria del cine en España*. Barcelona: Universidad
de Barcelona, 1984.

REVERÓN ALFONSO, Juan Manuel. *Vida y obra de Claudio de la Torre*. Santa Cruz
de Tenerife: Ediciones Idea, 2007.

RIMBAU, Esteve y TORREIRO, Casimiro. *Productores en el Cine Español*. Madrid:
Cátedra, 2008.

SALA NOGUER, Ramón. *El cine en la España Republicana durante la Guerra civil*.
Bilbao: Mensajero, 1993

SÁNCHEZ LÓPEZ, Roberto. *El cartel de cine: arte y publicidad*. Zaragoza: Prensas
Universitarias de Zaragoza, 1997.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis. *Historia del Cine: teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza D.L., 2002.

SÁNCHEZ SALAS, Bernardo. *1896-1955, del cinematógrafo al cinemascopio. Primera vuelta de manivela para una historia del cine en La Rioja*. Logroño: Consejería de Cultura, D.L. 1991.

SEGUIN, Jean-Claude. *Historia del Cine Español*. Madrid: Acento Editorial, 1999.

SEMPERE, Isabel. *La producción cinematográfica en España: Vicente Sempere Pastor (1935-1975)*. Tesis Doctoral dirigida Ángel Luís Hueso Montón. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, Departamento de Historia da Arte de la Facultad de Geografía e Historia, 2006.

SOTOMAYOR SAEZ, María Victoria. *Teatro, público y poder: la obra dramática del último Arniches*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1998.

THOMPSON, Kristin. *"Film Europe" and "Film America": cinema, commerce and cultural exchange, 1920-1939*. Exeter: University of Exeter Press, 1999.

TRIANA-TORIBIO, Nuria. *Spanish National Cinema*. Londres: Routledge, 2002.

VV.AA. *Historia del cine*. vol. VI. Barcelona: Sarpe, 1984.

ZAVALA, Juan; CASTRO-VILLACAÑAS, Elio y MARTÍNEZ, Antonio C. *Lo que yo te diga: El cine español contado con sencillez*. Madrid: Maeva, 2007.

Tesis doctorales, manuales y monografías de Arquitectura

MAURE RUBIO, Liliana-Paloma. *Secundino Zuazo: la arquitectura y el urbanismo en España en el primer tercio del siglo XX*. Tesis Doctoral dirigida por Carlos Sambricio y Ribera de Echegaray. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, 1985.

TABUENCA GONZÁLEZ, Fernando. *La arquitectura de Víctor Eusa*. Tomo II, Catálogo de obras. Tesis doctoral dirigida por José Rafael Moneo Vallés. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad Politécnica de Madrid, 2016.

Artículos de Historia de España

ALMUIÑA FERNÁNDEZ, Celso. “Santiago Alba, paradigma de político regenerador. Investigaciones históricas”. Revista *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, nº 15. Valladolid: Universidad de Valladolid, 1995.

MARTÍN, Francisco de Luis. “Aproximación al liberalismo monárquico en la Segunda República Española”. Revista *Studia historica. Historia contemporánea*, nº 8, Salamanca: Universidad de Salamanca, 1990.

PORTELL PASAMONTE, Rafael. “Saturnino Ulargui e hijos (Un nombre y una saga legendaria en Logroño)”. Boletín *Asociación Riojana de Genealogía y Heráldica (A.R.G.H)*, nº 5. Logroño: Ediciones San Martín, 2013. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4473824>> (02/02/2017)

TOWNSON, Nigel. “La ruptura de un consenso: los escándalos «Straperlo» y «Tayá»”. Revista *Historia y política*, nº 4, diciembre de 2000, pp. 31 y 32. <<file:///C:/Users/pc/Desktop/Descargas/Nigel.Townson.pdf>>

Capítulos y Artículos de Cine

ALONSO GARCÍA, Luis. “DE ARAÑAS Y MOSCAS: La formación del sistema del cine y los principios de la distribución cinematográfica en España”. Revista *Archivos de la Filmoteca*. Valencia: 2010.

ANSOLA GONZÁLEZ, Txomin. “La hora de las talkies ha sonado. El desembarco del cine sonoro en Bilbao”. <<http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000036/00000074.pdf>> (15/11/2016)

ARAQUE HONTANGAS, Natividad. “La recuperación de la memoria histórica en la historia de la educación: el cine documental, científico y educativo en la II República Española”. *XVI Congreso de Infancine*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2010.

ARCE BUENO, Julio. “Juan Quintero: hacia una historia sonora del cine español”. *Clásicos del Cine Español*, vol. 1. Madrid: Iberoautor, 2000. <http://eprints.ucm.es/7594/1/Art%C3%ADculo__Juan_Quintero.pdf> (10/06/2017)

BONO, Francesco. “Nel nome di Maddalena. Una comparazione tra *Casta diva* e *The divine spark*” en “DUROVICOVÁ, Natasá. *Multiple and Multiple-language Versions/Versions multiples*. Revista *Cinema & Cie International Film Studies Journal*, nº4. Milan: Il Castoro, 2004.”

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David. *Saturnino Ulargui como ejemplo del Nuevo Hombre del cine en España*, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía. El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016”.

CAMPORESI, Valeria y GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. “¿Un progreso en el arte nacional? Ibérica Films en España, 1933-1936”. Boletín del *Seminario de Estudios de Arte y Arqueología*, nº77. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2011.

CAMPORESI, Valeria. “Whose Films are These?’ Italian–Spanish Co-Productions of The Early 1940s”. Revista *Historical Journal of Film, Radio and Television*, nº 34. Londres: Routledge, 2014.

CÁNOVAS BELCHI, Joaquín T. “El cine alemán en la prensa española (1920-1931). Expresionismo e historicismo”. Revista *Anales de la Universidad de Murcia*. Murcia: Universidad de Murcia, Facultad de Filosofía y Letras, 1983.

CASTRO DE PAZ, José Luis, PAZ OTERO, Héctor y GÓMEZ BECEIRO, Fernando. “El malvado Carabel: impronta de Wenceslao Fernández Flórez en el cine antes y después de la Guerra Civil”. Revista *Signa*, nº 24. Madrid: Asociación Española de Semiótica (UNED), 2015.

CASTRO DE PAZ, José Luis, *Un fértil humus literario entre la aurora y la melancolía: las dos versiones de El malvado Carabel de Wenceslao Fernández Flórez (Edgar Neville, 1935; Fernando Fernán-Gómez, 1955)*, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía. El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016”.

CELA, Julia. “La empresa cinematográfica española Filmófono (1929-1936)”. *Documentación de las Ciencias de la Información*, nº 18. Madrid: Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense, 1995.

DIEZ PUERTAS, Emeterio. "Entrevista a Ana Mariscal". Revista *Secuencias*, nº7. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 1997. <<https://revistas.uam.es/secuencias/article/viewFile/4599/5036>> (10/06/2017)

DIEZ PUERTAS, Emeterio. "La IIª Guerra Mundial y las listas negras de los Aliados con empresas cinematográficas españolas". Revista *Historia 16*, nº 381. Madrid: Historia viva, 2008.

FERNÁNDEZ COLORADO, Luis. "La canción del día: amnesia y metempsicosis". Revista *Vértigo*, nº 13. La Coruña: Ateneo da Coruña, 1998.

FERRANDO GARCÍA, Pablo. "Saturnino Ulargui: esbozo de un productor de films de complemento (la producción de cortometrajes en los años cuarenta)". Actas del *II Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid: Editorial Complutense, 2009.

GÓMEZ BERMÚDEZ DE CASTRO, Ramiro. *La transformación del cine mudo al sonoro en España (1929-1931). Los costes económicos*, en "GARCÍA FERNÁNDEZ, Emilio (Coord.). *El paso de mudo al sonoro en el Cine Español (IV Congreso de la Asociación Española de Historiadores del Cine)*. Madrid: Editorial Complutense/A.E.H.C., 1993."

GÓMEZ PÉREZ, Francisco Javier. "La tipografía en el cartel cinematográfico: la escritura creativa como modo de expresión". Revista *Comunicación*, nº 1, Sevilla: Universidad de Sevilla, 2002.

GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. "Exiliados judíos del Tercer Reich en el cine español". 1933-1936. Revista *Secuencias*, nº 37. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2013.

GUBERN, Román. *Precariedad y originalidad del modelo cinematográfico español*, en "GUBERN, Román (et al.). *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra D.L., 1997."

HAGENER, Malte. "Prix de beauté as a multiple intersection. National cinema, auteurism, and the coming of sound.", en "DUROVICOVÁ, Natasá. *Multiple and Multiple-language Versions/Versions multiples*. Revista *Cinema & Cie International Film Studies Journal*, nº4. Milan: Il Castoro, 2004."

HERNÁNDEZ, Aitor. “La huella de Saturnino Ulargi en la co-producción cinematográfica con las alemania e italia del eje”. Blog *Literatura y Cine*. <<http://aitorh66.blogspot.com.es/2013/07/la-huella-de-saturnino-ulargui-en-la-co.html>>

LOFFI, Fabrizio. “Agosto 1935, il primo grande film su Stradivari”. Blog *Cremona misteriosa*. Cremona: 2015.

MARINERO LABRADOR, Cristina. “El baile fragmentado de Carmen Amaya en la película María de la O”. Revista *La Madrugá*, nº 7. Murcia: Universidad de Murcia, 2012.

MONGUILOT BENZAL, Félix. “La cámara internacional del cine dentro del contexto de las coproducciones hispano-italianas de los años 1939-1943”. Actas del *X Congreso de la AEHC: El Documental Carcoma de la Ficción*, Tomo 2, Consejería de Cultura Filmoteca de Andalucía / Ediciones Litopress, Córdoba, 2004.

MUÑOZ AUNIÓN y Fernando GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando. *El paraíso de los amigos del cine: las potencialidades del negocio cinematográfico en la España de la Segunda República vistas desde Europa*, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía. El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016”.

PARRONDO COPPEL, Eva. “Madres melodramáticas: El jayón versus Vidas rotas, en “PÉREZ PERUCHA, Julio y RUBIO ALCOVER, Agustín (eds.). *Faros y torres vigía. El cine español durante la Segunda República*. Madrid: Asociación Española de Historiadores del Cine y Vía Láctea, 2016”.

PAZ REBOLLO, María Antonia y CABEZA SAN DEOGRACIAS, José. “La realidad que vieron los españoles. El cine de no-ficción durante la II República Española (1931-36)”. Revista *Hispania*, nº 236. Madrid: CSIC, Instituto de Historia, 2010.

PAZ REBOLLO, María Antonia y MONTERO DÍAZ, Julio. “Las películas censuradas durante la Segunda República. Valores y temores de la sociedad republicana española (1931-1936)”. Revista *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 16. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2010.

PÉREZ PERUCHA, Julio. *Narración de un aciago destino*, en “GUBERN, Román (et al.). *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra D.L., 1997.”

SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, David Miguel. “EL CINE ACTUALIDADES. (La sala más pequeña de la Gran Vía)”. Blog *Cines de Madrid*. Madrid: 31 de enero de 2016. Fragmento perteneciente al libro del mismo autor titulado *Cine de Madrid*, Madrid: La Librería, 2012.

THOMPSON, Kristin. “The End of the "Film Europe" Movement”. In T. O'Regan & B. Shoemith eds. *History on/and/in Film*. Perth: History & Film Association of Australia, 1987.

VV.AA. “Cine Impreso. Arte y publicidad en papel (1895-1980)”. Guion de la *Exposición temporal entre 10 de julio de 2013 y el 26 de enero de 2014 del Museu del Cinema de Girona*. Girona: Museo Museu del Cinema-Col·lecció Tomàs Mallol, 2013.

Artículos de Arquitectura

GARCÍA GONZÁLEZ, María Cristina. “César Cort y la cultura urbanística de su tiempo”. Revista *Cuaderno de Investigación Urbanística*, nº 87, marzo/abril de 2013. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid, 2013.

MUÑOZ DE PABLO, María José. “Intención y eficacia en el dibujo de la ciudad. El concurso de Madrid de 1929”. Ponencia en el *XIV Congreso Internacional de Expresión Gráfica Arquitectónica*. Oporto: E.T.S. Arquitectura (UPM), 2012.

SAMBRICIO, Carlos. “Herman Jansen y el concurso de Madrid de 1929”. Revista *Arquitectura*, nº 303. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, 1999.

SÁNCHEZ SALAS, Bernardo. “Un palacio (medio) riojano”. Periódico *LaRioja.com*, 22 de junio de 2008. <<http://www.larioja.com/20080622/opinion/palacio-medio-riojano-20080622.html>> (15/01/2017)

TELLERÍA BARTOLOMÉ, Alberto y PATÓN JIMÉNEZ, Vicente. “Informe sobre el "Palacio de la Música" de Madrid”. Madrid: Madrid, Ciudadanía y Patrimonio, 2014. <<https://es.scribd.com/document/202138950/INFORME-sobre-el-Palacio-de-la-Musica-de-Madrid>> (02/02/2017)

VV.AA. “El cine Actualidades”. Blog *Memoria de Madrid*. Madrid: 2013.

Diccionarios de Cine

BORAU, José Luis (ed.). *Diccionario del Cine Español*. Madrid: Alianza, 1998.

CASARES RODICIO, Emilio (ed. y coord.). *Diccionario del cine iberoamericano*. Madrid: Fundación Autor/La Torre de los Libros, 2011-2012.

Fuentes históricas y documentales

Anuario Cinematográfico de 1945. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Anuario Cinematográfico: 1946. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Anuario del Cinematografista para el año 1928-29. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Anuario del Cinematografista para el año 1930. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Boletín Oficial de la Provincia de Madrid, nº 107. Madrid: agosto de 1928.
<http://www.bibliotecavirtualmadrid.org/bvmadrid_publicacion/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1111695> (11/12/2016)

Cinematografía Española y Americana (eds.). *Anuario Cinematográfico Español de 1935*. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Cinematografía: Albúm-Almanaque de 1928. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Correspondencia entre Ricardo Urgoiti y Saturnino Ulargui. Archivos de la Filmoteca Española de Madrid (Materia especial; localización en la Sala de Investigación 233; signatura RU/21/09/01).

Correspondencia entre Teodoro Bascones y Saturnino Ulargui. 1946. Archivos de la Filmoteca Española de Madrid (Material especial; localización en Sala Investigación 233; signatura MAR/19/1405-1406).

Factura de la Concesión Española de la UFA. *Recibí de 705 pesetas*. 16 de diciembre de 1932. Archivos de la Filmoteca Española de Madrid (Material especial; localización en Sala de investigación 233; signatura MAR/06/243).

GARCÍA MERCADAL, Fernando y ULARGUI MORENO, Saturnino. *Concurso de anteproyectos para ensanche de Sevilla*. Arquitectura: órgano de la Sociedad Central de Arquitectos, n.º. 139, 1930.

GARCÍA MERCADAL, Fernando y ULARGUI MORENO, Saturnino. *Estación de autobuses para Burgos, 1929. Nueva forma: arquitectura, urbanismo, diseño, ambiente, arte*, n.º 69, 1971.

Guía de la Industria y el Comercio Cinematográfico en España de 1927. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Guía de la Industria y el Comercio Cinematográfico en España de 1929. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Índice Cinematográfico de España: para guía y orientación de productores, distribuidores y empresarios, Año 1941. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

La cinematografía en España en 1925. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Pedido del Cine Proyecciones a Ulargui Films. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Periódico *ABC*. Fundado por Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio. Madrid.

Periódico *Ahora*. Fundado por Luis Montiel Balanzat. Madrid

Periódico *El Heraldo de Madrid*. Fundado por Felipe Ducazcal y Lasheras. Madrid.

Periódico *El Liberal*. Fundado por Miguel Moya Ojanguren. Madrid.

Periódico *El Siglo Futuro*. Fundado por Cándido Nocedal. Madrid.

Periódico *El Sol*. Fundado por Nicolás María de Urgoiti. Madrid.

Periódico *La Época*. Fundado por Diego Coello y Quesada. Madrid.

Periódico *La Nación*. Fundado por la administración de la Dictadura de Miguel Primo de Rivera. Madrid.

Periódico *La Vanguardia*. Fundado por Carlos Godó y Bartolomé Godó. Barcelona.

Periódico *Luz*. Fundado por Nicolás María de Urgoiti. Madrid.

Revista *Arte y Cinematografía* (eds.). *Guía de la Industria y el Comercio Cinematográfico en España e Industrias relacionadas con el mismo 1933-1934*. Revista *Arte y Cinematografía* (eds.). Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

Revista *Arte y Cinematografía*. Director: Joaquín Freixes Saurí. Barcelona.

Revista *Cine Español*. Director: Filiberto Montagud. Madrid.

Revista *Cine Sparta*. Director: Pedro Lagrava. Madrid

Revista *Cinegramas*. Director: Antonio Valero de Bernabé. Madrid

Revista *La Pantalla*.

Revista *Letras*. Sevilla.

Revista *Mirador*. Director: Amadeu Hurtado i Miró. Barcelona.

Revista *Nuestro Cinema*. Director: Juan Piqueras. Madrid.

Revista *Popular Films*. Director: Mateo Santos Cantero. Barcelona.

Revista *Variety Weekly*. Fundador: Sime Silverman. Nueva York.

S.A.G.E. *Estatutos de la Sociedad Anónima General de Espectáculos*. Madrid: Vicente Rico, S. A., 1928. Archivo de la Biblioteca Nacional de España.

Sindicato Nacional del Espectáculo (eds.). *Anuario del espectáculo de 1944*. Archivos de la Filmoteca Española (Madrid).

ULARGUI MORENO, Saturnino y CZEKELIUS, Otto *Concurso urbanístico internacional de Madrid. Arquitectura: órgano de la Sociedad Central de Arquitectos*, nº 141, 1931.

ULARGUI MORENO, Saturnino. *Cine Actualidades (Madrid). Saturnino Ulargui. Nueva forma: arquitectura, urbanismo, diseño, ambiente, arte*, nº 68, 1971.

ULARGUI, MORENO Saturnino. *Cine de Actualidades. Saturnino Ulargui. Arquitectura: órgano de la Sociedad Central de Arquitectos*, nº 169, 1933.

ZUAZO, Secundino y ULARGUI MORENO, Saturnino. *Casa en el Paseo de la Ronda. Casa en la calle de la Lealtad: Proyectos. Arquitectura: órgano de la Sociedad Central de Arquitectos*, nº 81, 1926.

Recursos electrónicos:

Base de datos en línea *Internet Movie Database*. <<http://www.imdb.com>>

Blog de doblaje. <<http://www.eldoblaje.com>>

Catálogo colectivo de archivos del cine francés. <<http://www.cineressources.net>>

Enciclopedia en línea de términos cinematográficos. <<http://filmlexikon.uni-kiel.de/>>

Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España. Se enmarca en el proyecto de la Biblioteca Digital Hispánica. <<http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>>

Plataforma genealógica en línea. <<https://www.myheritage.es>>

Web dedicada la memoria histórica de La Rioja. <<http://www.berbemar.com>>

ANEXO III

IMÁGENES



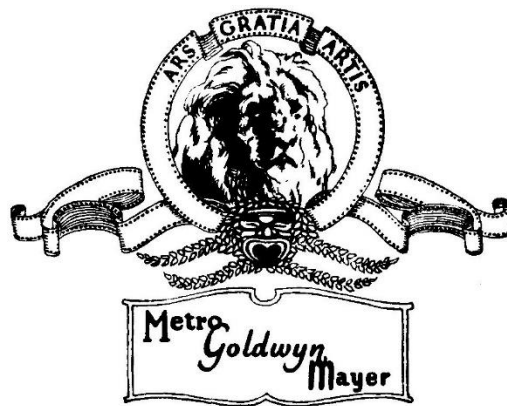
Imagen 1. Bandera oficial de la II República Española



Imagen 2. Componentes de la compañía de teatro ambulante La Barraca



Imagen 3. División de España en regiones cinematográficas



Imágenes 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11. Logotipos de las *majors* norteamericanas



Imagen 12. Logo de Filmófono



Imagen 13. Logo de Atlantic Films



Imagen 14. Logo de Cifesa



Imagen 15. Saturnino Ulargui Ochoa



Imagen 16. Mauricio Ulargui Jiménez



Imagen 17. Donato Ulargui Jiménez



Imagen 18. Saturnino Ulargui Moreno



Imagen 19. Secundino Zuazo Ugalde

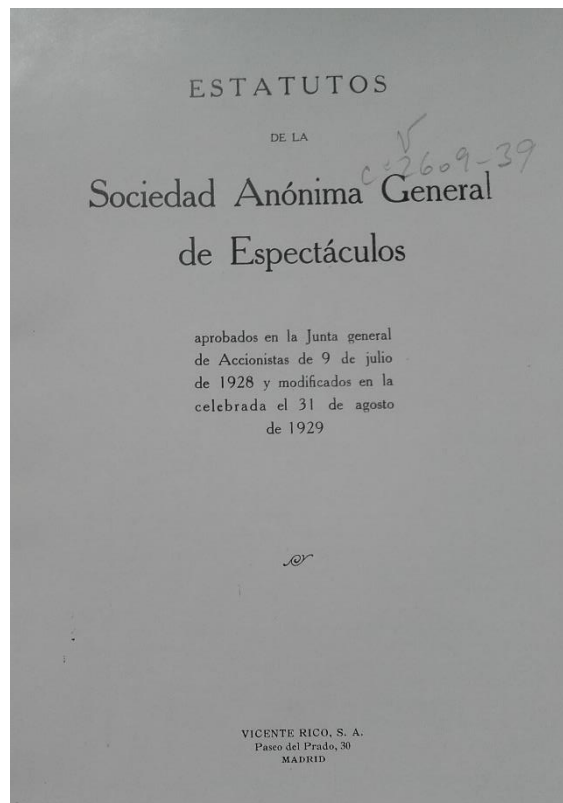



Imagen 20. Portada de los Estatutos de SAGE



SOCIEDAD ANÓNIMA GENERAL DE ESPECTÁCULOS, S. A. G. E.
 Capital: 10.000.000 de pesetas


El mejor y más completo circuito de locales

OFICINAS CENTRALES: Marqués de Urquijo, 13-MADRID
 SUCURSALES: BARCELONA, Calle del Bruch, núm. 91
 BILBAO: Alameda Urquijo, 7 - VALENCIA: Calle de Pizarro, 14 - SEVILLA: Coliseo España

Locales en explotación

Madrid Palacio de la Música Cinema Argüelles Cine Goya Chueca Dos de Mayo	Eilbao Coliseo Albia Ideal Cinema	Huesca Teatro Odeón
Oviedo Teatro del Principado	Santander Teatro Pereda Frontón Cinema	Sevilla Coliseo España
Pamplona Coliseo Olimpia	Plasencia Teatro Alkázar	Soria Teatro Principal
Cáceres Gran Teatro	Córdoba Cine Góngora	Huelva Cine Rábida
		Badajoz Teatro López de Ayala

Distribuidora de las grandes producciones cinematográficas
SELECCIONES JULIO CESAR
 que en la temporada 1932-1933 ha presen-



tado los "films"
Paris-Mediterráneo
El Sargento X
En el País del Scalp
¡Volgal... ¡Volgal
El Vengador, etc.

Imagen 21. Publicidad SAGE / Julio César

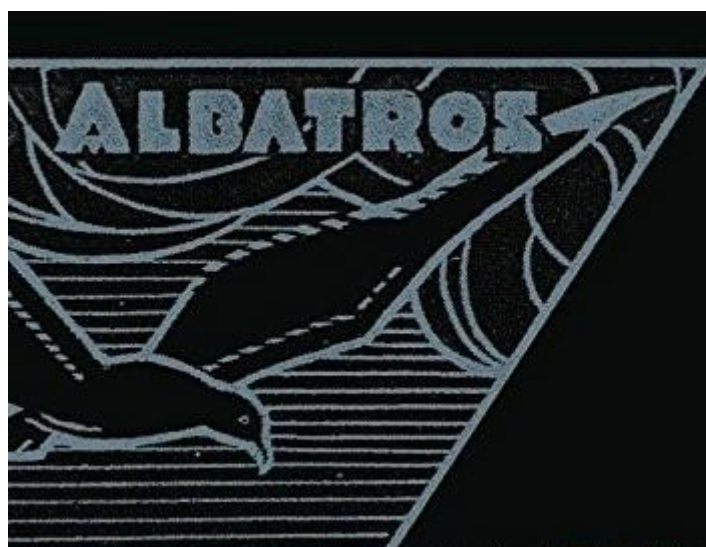


Imagen 22. Logotipo de Films Albatros

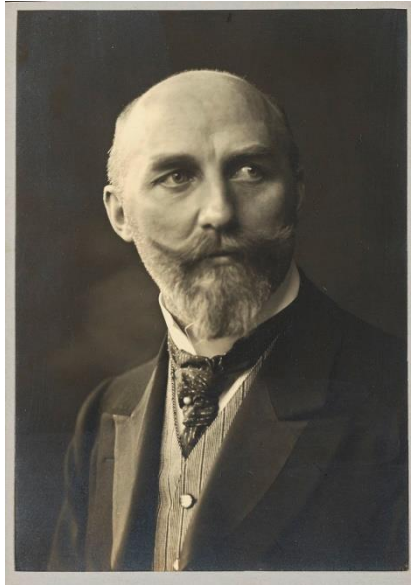


Imagen 23. Hermann Jansen



Imagen 24. Otto Czekelius



Imagen 25. Logotipo de la UFA



Imagen 26. Logotipo de la BIP



Imagen 27. Logotipo de Nero Films



Imagen 28. Cartel de *La canción del día* (1929) de George Berthold Samuelson



Imagen 29. Escena de *La canción del día* (1929) de George Berthold Samuelson

QUE CREE VD.
QUE OCURRIRÍA

EN SU LOCAL
EN SU PÚBLICO
EN SU TAQUILLA

si las películas hablaran en perfecta
lengua española?

Imagina usted lo que sucederá la
primera vez que esto ocurra?

Su quimera está convirtiéndose en realidad

La Canción del día

Primera película totalmente hablada en español

Díálogos: **Pedro Muñoz Seca**
Pedro Pérez Fernández
Música: **Maestro Guerrero**

DIRIGIDA POR
G. B. SAMUELSON
RECORDADA CON
R. C. A.
PHOTOPHONE

DISTRIBUIDA POR
CONCESIÓN ES
PANOLA "BIP"
"VFA"

MADRID
Antonio Maura, 16

BARCELONA
Balmes, 79

100 % CANTADA
BAILADA
HABLADA

por TINO FOLGAR
CONSUELO VALENC
F. BRETAÑO

Imagen 30. Publicidad de *La canción del día* (1929) de George Berthold Samuelson

Ufilms **Ulargui Films**
selecciones en exclusiva

	BARCELONA Baimes, 7 y 9 Telef: -79132	CENTRAL		MADRID Antonio Maura, 16 Telef: -16604
	VALENCIA Cotanda, 4 Telef: -13867			
	SEVILLA Tetuan, 25 Telef: -27650			
	BILBAO Colón de Larreategui 15 y 17 Telef: -18463			
	LA CORUÑA Marinas, 6 y 7 Telef: -2534			
	GIJÓN Begoña, 2 Telef: -1929			
	SANTA CRUZ DE TENERIFE Jesús y María, 31 Telef: -125			
	PALMA DE MALLOCA S ^o Domingo, 32 Telef: -2484			

La marca de éxitos tan definitivos como los siguientes:

"VUELAN MIS CANCIONES"
 "PASO A LA JUVENTUD"
 "MARIA LUISA DE AUSTRIA"
 "MASCARADA"
 "EL REY DE LOS CAMPOS ELISEOS"
 "LA PEQUEÑA DORRIT"
 "ORO EN LA MONTAÑA"
 etc.

Imagen 31. Publicidad de Ufilms (1935)

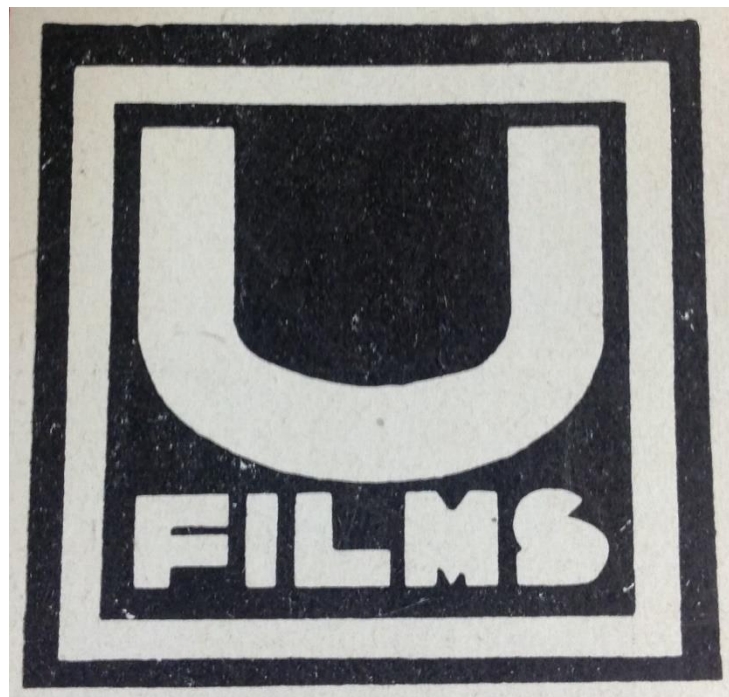


Imagen 32. Logotipo de Ufilms

UFILMS ULARGUIFILMS
 Selecciones en Exclusiva
 MADRID: Antonio Maura, 16. Teléfonos 16604 y 15491
 BARCELONA: Balmes, 79. - Teléfono 79132

Concesionario exclusivo para toda España
 y posesiones de

CINE - ALLIANZ - BERLIN
 UFA - (hasta la producción 1931-1932 inclusive) - BERLIN
 y otras importantes marcas europeas



ES
 LA
 MARCA
 QUE
 RECLAMAN
 EMPRESARIOS
 Y
 PÚBLICO

Ufilms Ulargui Films
 selecciones en exclusiva

Director y Propietario: SATURNINO ULARGUI

UFILMS presenta siempre las producciones
 más selectas y de mayor éxito.

AGENCIAS en todas las regiones de España

Imagen 33. Publicidad de Ufilms (1934)



Imagen 34. Logotipo de Cine-Allianz



Imagen 35. Gregor Rabinowitch



Imagen 36. Arnold Pressburguer

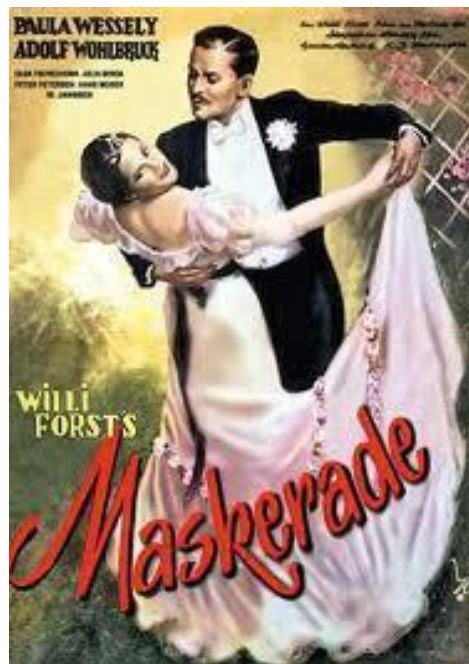


Imagen 37. Cartel de *Mascarada* (1934) de Willi Forst



Imagen 38. Cartel de *Paso a la juventud* (1934) de Carmine Gallone

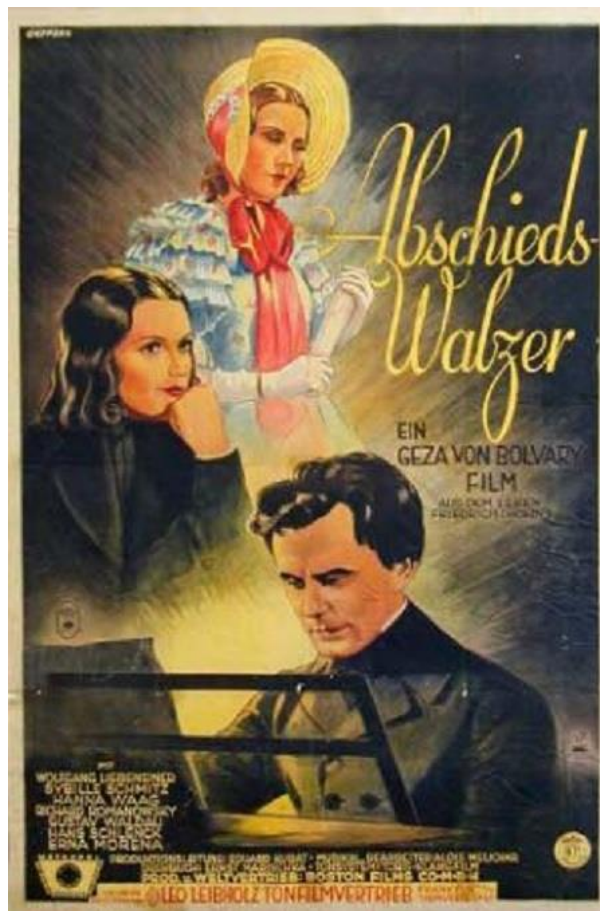


Imagen 39. Cartel de *El último vals de Chopin* (1934) de Géza von Bolváry



Imagen 40. Cartel de *La familia lo desea* (1934) de Reinhold Schünzel



Imagen 41. Logotipo de Inca Films



Imagen 42. Logotipo de Ibérica Films

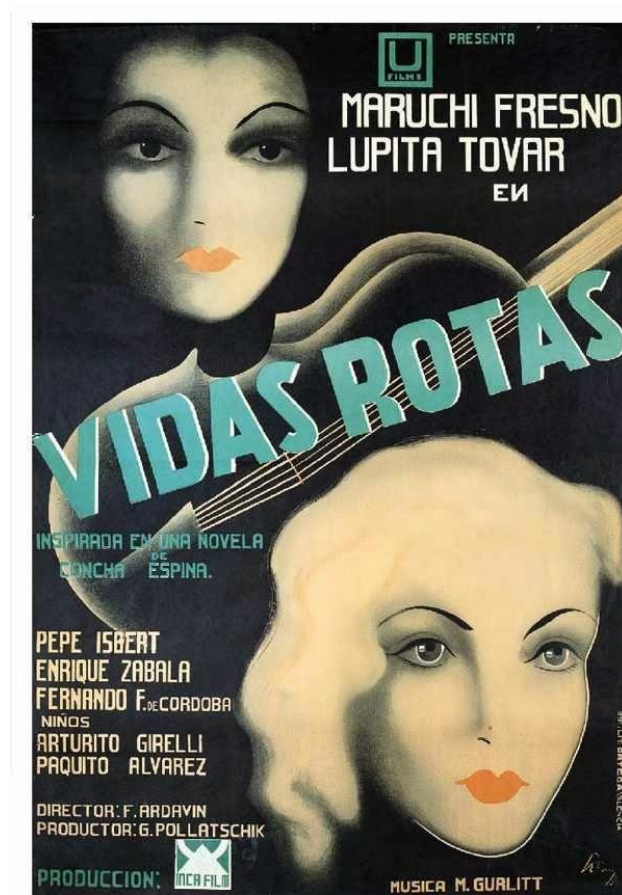


Imagen 43. Cartel de *Vidas rotas* (1935) de Eusebio Fernández Ardavín



Imagen 44. Escena de *Vidas rotas* (1935) de Eusebio Fernández Ardavín



Imagen 45. Cartel de *El malvado Carabel* (1935) de Edgar Neville



Imagen 46. Cartel de *El malvado Carabel* (1935) de Edgar Neville



Imagen 47. Escena de *El malvado Carabel* (1935) de Edgar Neville



Imagen 48. Cartel de *Lo que sueñan las mujeres* (1933) de G. Bolváry



Imagen 49. Programa de mano de *Mazurca* (1935) de W. Forst

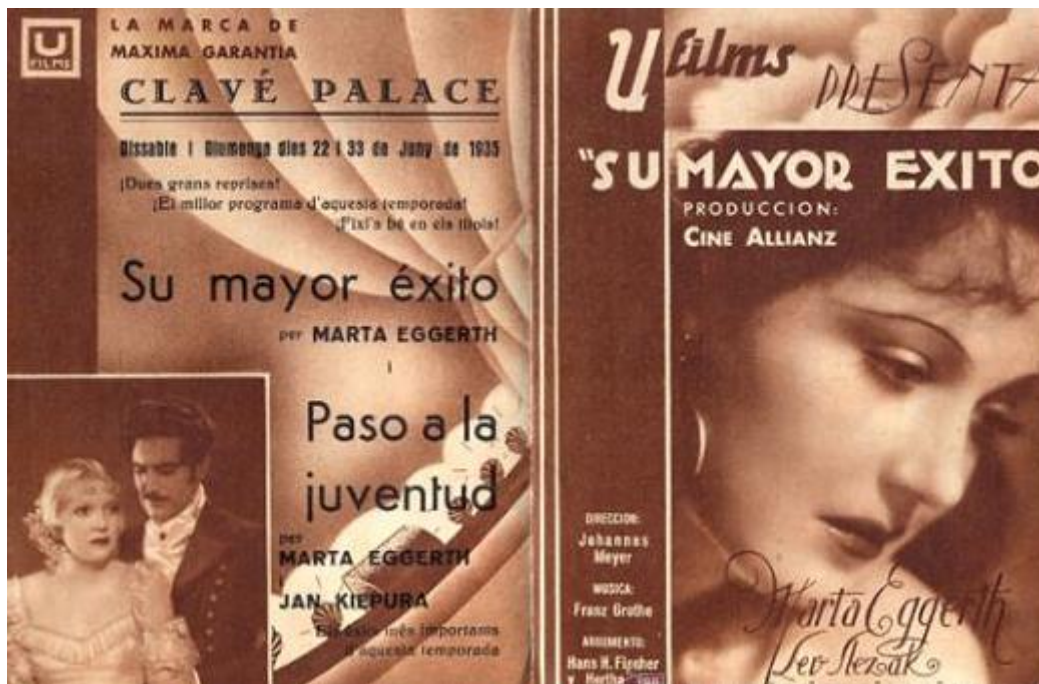


Imagen 50. Catálogo de *Su mayor éxito* (1934) de J. Meyer



Imagen 51. Cartel principal de *María de la O* (1936) de Francisco Elías



Imagen 52. Cartel secundario de *María de la O* (1936) de Francisco Elías



Imagen 53. Cartel de Columbia Pictures para *María de la O* (1936) de Francisco Elías



Imágenes 54 y 55. Carmen Amaya y Antonio Moreno, protagonistas de *María de la O* (1936) de F. Elías



Imagen 56. Escena de *María de la O* (1936) de Francisco Elías



Imagen 57. Cartel de *Luces del Bósforo* (1933) de G. Bolváry



Imagen 58. Cartel de *Vuelan mis canciones* (1933) de Willi Forst



Imagen 59. Foto fija de *Vuelan mis canciones* (1933) de W. Forst



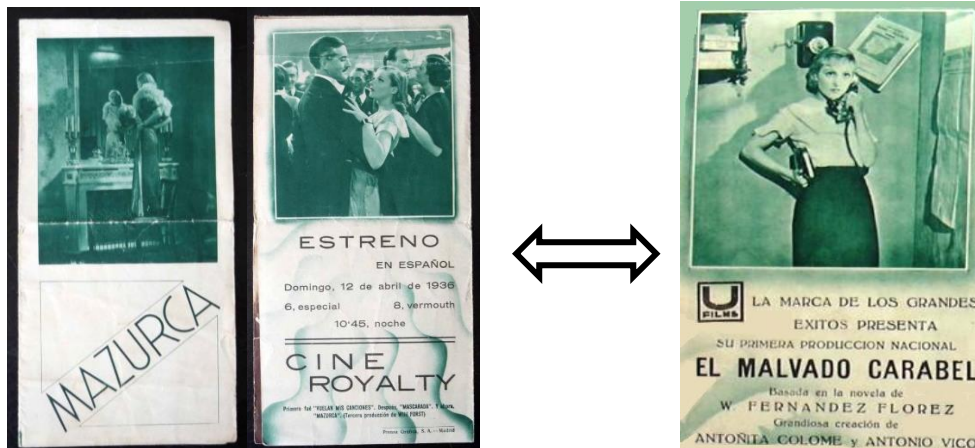
Imagen 60. Foto fija de *Las quiero a todas* (1935) de K. Lamac en el periódico ABC



Imagen 61. Foto fija de *El malvado Carabel* (1935) de Edgar Neville en el periódico *ABC*



Imagen 62. Programa de mano de Ufilms para la temporada 1934-1935



Imágenes 63 y 64. Programas de mano de *Mazurca* y de *El malvado Carabel*



Imagen 65. Catálogo de *Su mayor éxito* (1934) de J. Meyer y *Paso a la juventud* (1934) de Carmine Gallone



Imagen 66. Catálogo de *Vuelan mis canciones* (1933) de W. Forst



Imagen 67. Manual de explotación de Ufilms de la producción 1933-1934



Imagen 68. Saturnino Ulargui (segundo por la derecha) en la exposición del concurso de carteles para *María de la O*

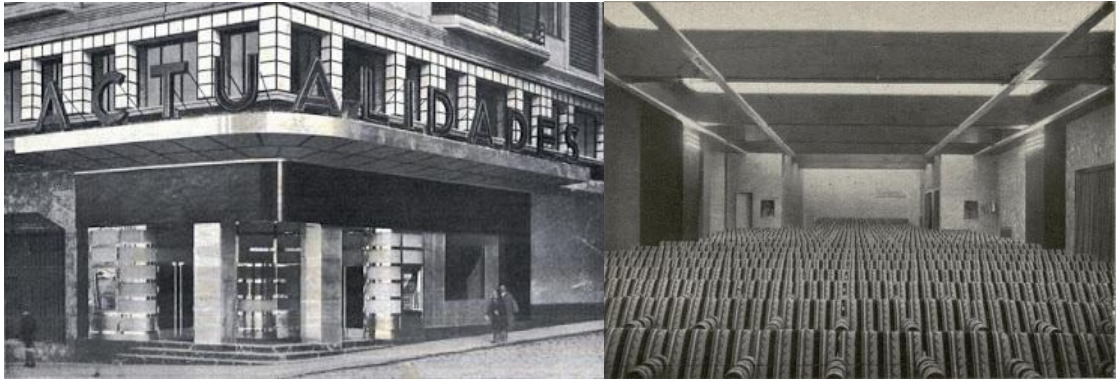


Imagen 69. Cine Actualidades

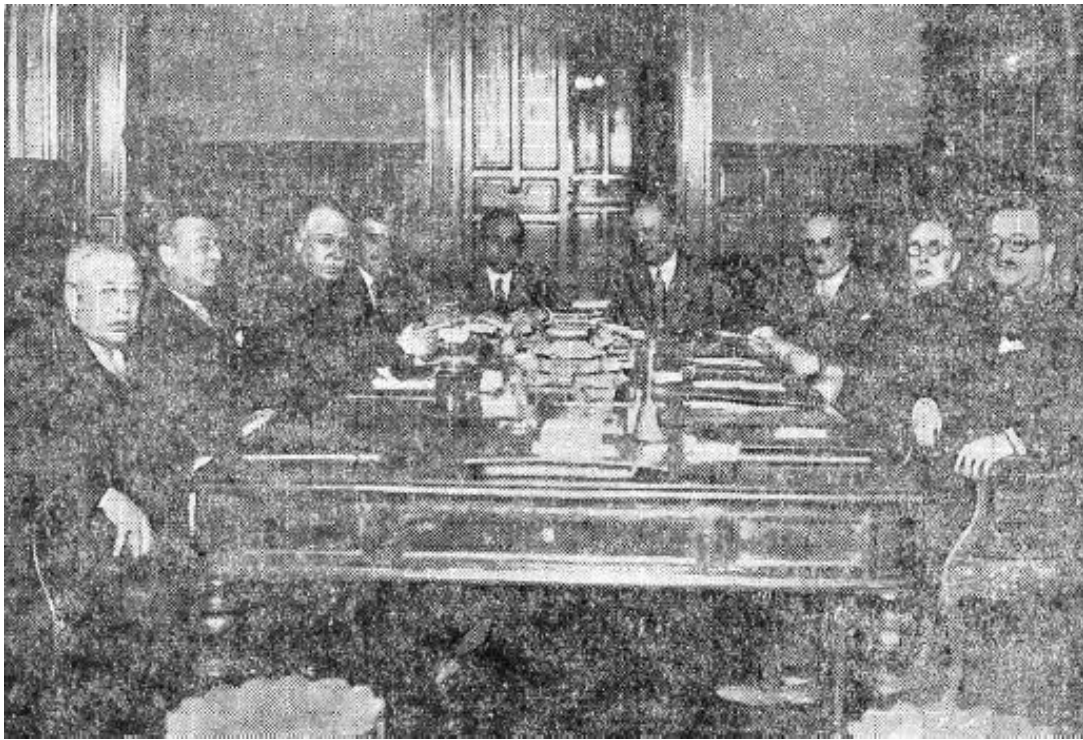


Imagen 70. Saturnino Ulargui (primero por la derecha) junto al resto de miembros del Junta Directiva del Casino de Alcalá



Imagen 71. Cartel de *El barbero de Sevilla / Der Barbier von Seville* (1938) de Benito Perojo



Imagen 72. Cartel de *Suspiros de España / Sehnsucht nach Spanien* (1938) de Benito Perojo



Imagen 73. Cartel de *Los hijos de la noche* / *I figli della notte* (1939) de Benito Perojo



Imagen 74. Logo de Ufisa



Imagen 75. Cartel de *Marianela* (1940) de Benito Perojo



Imagen 76. Cartel de *Verbena* (1941) de Edgar Neville



Imágenes 77 y 78. Publicidad de Ufilms y de Ufisa presente en el *Anuario de 1944*



Imagen 79. Cartel de *La última Falla* / *L'ultima fiamma* (1940) de Benito Perojo



Imagen 80. Cartel de *Sin novedad en el Alcázar* / *L'assedio dell'Alcazar* (1940) de Augusto Genina



Imagen 81. Cartel de *La muchacha de Moscú* / *Sancta María* (1941) de Edgar Neville



Imagen 82. Folleto de mano de *Sucedio en Damasco / Accade in Damasco* de José López Rubio (1942)



Imagen 83. Cartel de *Fiebre / Febbre* (1943) de Primo Zeglio



Imagen 84. Cartel de *La malquerida* (1940) de José López Rubio



Imagen 85. Cartel de *La florista de la reina* (1940) de Eusebio Fernández Ardavín



Imagen 86. Cartel de *Héroe a la fuerza* (1941) de Benito Perojo



Imagen 87. Cartel de *Pepe Conde* (1941) de José López Rubio



Imágenes 88 y 89. Anverso y reverso del programa de mano de *La Petenera* (1941) de José López Rubio



Imagen 90. Programa de mano de *A la lima y al limón* (1941) de José López Rubio



Imagen 91. Programa de mano de *La parrala* (1941) de Edgar Neville



Imagen 92. Programa de mano de *Manolo Reyes* (1944) de Claudio de la Torre



Imagen 93. Programa de mano de *Chufillas* (1944) de Claudio de la Torre

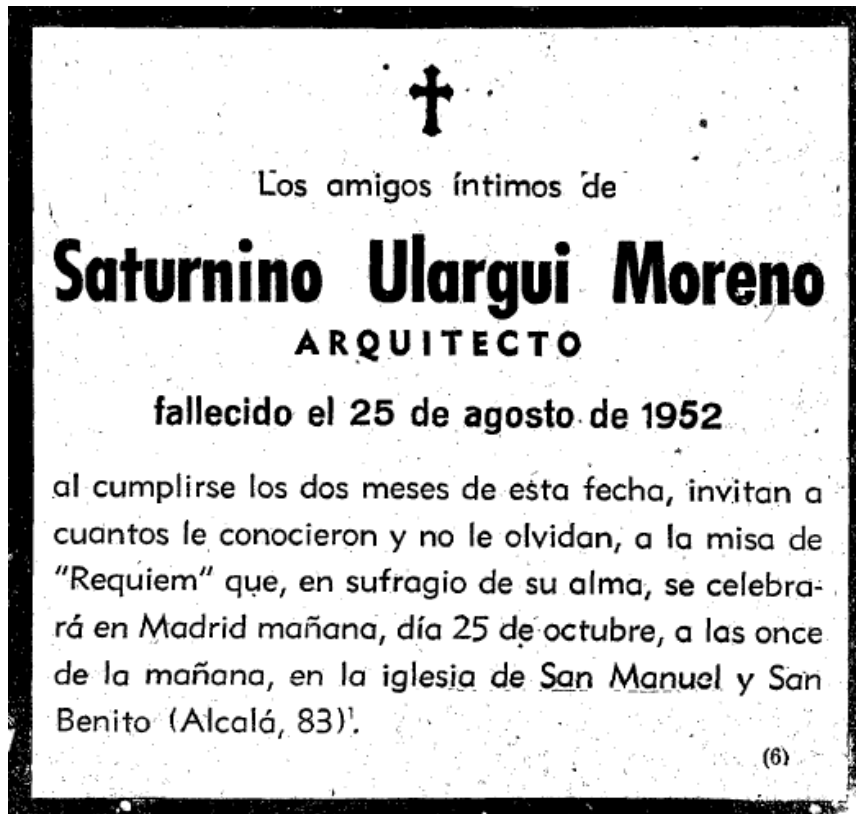


Imagen 94. Esquela conmemorativa de los dos meses de la muerte de Saturnino Ulargui



Imágenes 95, 96 y 97. Fotografías y caricatura de Saturnino Ulargui

ANEXO IV

DOCUMENTACIÓN

Cine Jimeno
Empresa D. Eduardo Jimeno
PUENTE DE VALLEGAS (MADRID)
Madrid, 17 de Octubre de 1932

Sr. Concesionario de UFA
Antonio Maura, 16
Madrid

Muy señores míos:

Tengo el gusto de pasarles nota de pedido en firme para que se sirvan suministrarme, con destino exclusivamente a los locales Cine Jimeno las películas que cito al dorso, en el tiempo y condiciones que paso a detallar.

CONDICIONES DE ESTE PEDIDO:

- 1.ª Todas las películas detalladas en este pedido, se consideran comprometidas en firme, de tal modo, que aun en el caso de que dejen de proyectarse dentro del plazo estipulado, una o varias cualesquiera de ellas, sea cual fuera la causa que motivara la suspensión, queda bien entendido que me obligo y comprometo a satisfacer el importe íntegro del alquiler fijado, sin deducciones, diferencias, ni compensaciones de clase alguna, en los términos y condiciones que se estipulan en el presente pedido.
- 2.ª Al día siguiente de la última exhibición me comprometo a devolver a ustedes las películas, discos y material de propaganda objeto de este pedido, en las mismas cajas y sacos en que las haya recibido, comprometiéndome a indemnizar a ustedes el 50 % del importe total del alquiler por cada día de retraso, y además los daños y perjuicios que les pueda irrogar el no recibir este material el día convenido.
- 3.ª Los carteles o fotografías que llegasen a poder de ustedes rotos, con deterioros, o sufriesen extravío, podrán ustedes cargármelos a los precios siguientes: cartel de 24 hojas Ptas. 75,— uno; cartel de 8 hojas Ptas. 15,— uno; cartel de 6 hojas Ptas. 12,— uno; cartel de 4 hojas Ptas. 8,— uno; cartel de 3 hojas Ptas. 6,— uno; cartel de dos hojas Ptas. 4,— uno; cartel de una hoja Ptas. 2,— uno. Por cada fotografía rota o extraviada: ampliadas color Ptas. 15,— una; tamaño corriente Ptas. 3,— una. Por cada disco roto, rayado o extraviado: SI ERA NUEVO Ptas. 50,—; y usado Ptas. 25,—.
- 4.ª Desde luego acepto la total responsabilidad por incendio, pérdida, menoscabo, o avería de cualquier clase que fuera y sea cual fuese el motivo que las provoque, que sufran las películas objeto de este pedido durante el tiempo que estén en mi poder y en viaje de ida y vuelta, cuyos gastos irán a mi cargo ya que el material viaja por mi cuenta y riesgo; obligándome si antes de la proyección notara alguna anomalía, a ponerle inmediatamente en su conocimiento. En caso de reclamación por parte de ustedes, queda bien entendido que habré de atenderla personalmente, y que ustedes no se verán obligados a reconocer por este concepto a ninguna Compañía aseguradora con la que yo pueda tener pólizas para cubrirme en caso de deterioro, robo o incendio del material.
- 5.ª Reconociendo, como reconozco de una manera expresa, que las películas solicitadas en alquiler son de su exclusiva propiedad, tendrán ustedes el pleno dominio de las mismas, comprometiéndome a conservarlas en buen estado y a no trasladarlas, subarrendarlas, cederlas, ni obligarlas en manera ni por concepto alguno, quedando especialmente entendido que las películas objeto de este pedido, no podrán proyectarse en otros locales que los mencionados en el presente, ni sacar contratipo, ni hacer cambio alguno en las mismas o cortar escenas sin el consentimiento escrito de ustedes, y que acepto de antemano las sanciones que reglamentariamente decreta la Mutua de Defensa Cinematográfica Española en el caso de incumplir estas condiciones.
- 6.ª No podré formular reclamación de clase alguna, si las copias sonoras por disco no sincronizasen debido a que en la película se hayan alterado las señales de puesta en marcha, o si durante la proyección mis operadores se ven en la precisión de hacer cortes, o empalmes sin guardar la proporción de los mismos fotodramas. En tales casos me comprometo a comunicarles cualquiera de estas incidencias, con el fin de que puedan ustedes subsanarlas al recibir la película, evitando la responsabilidad que me incumbiera por cualquier entorpecimiento ocurrido a otro cliente en la proyección.
- 7.ª Reconozco a ustedes pleno derecho para que en caso de incumplimiento por mi parte de las obligaciones de pago o cualesquiera otras de las que me impongo en el presente pedido, puedan ustedes a su voluntad suspenderme provisionalmente el servicio de películas, o añadir el resto del pedido en tal momento pendiente de ejecución, sin perjuicio además de las sanciones que ya por mediación de la Mutua de Defensa Cinematográfica Española, ya por los Tribunales, puedan ustedes indistintamente y a su elección exigir, en los casos de impagos o incumplimientos a que hago referencia.
- 8.ª Del total pago de las cantidades estipuladas por cada película podrán ustedes disponer dentro del día siguiente de su última exhibición.
- 9.ª Para las películas cuya exhibición es a porcentaje, queda entendido que ustedes me autorizan para cobrar en taquilla y por su cuenta la parte proporcional que del importe de cada localidad corresponde a ustedes, y los totales recaudados por este concepto en cada sesión se considerarán cantidades propiedad de ustedes en mi poder, en concepto de depósito, que podrán ustedes retirar al final de cada sesión.
Desde luego que como en las explotaciones a porcentaje la única misión de ustedes es la aportación de la película, ninguna responsabilidad puede alcanzarse en ningún orden durante las exhibiciones de su película por todo cuanto pueda ocurrir que afecte al local, de modo que de lo bien entendido, que tal forma de pago no significa asociación ni coparticipación con la Empresa explotadora del local y sí tan sólo una modalidad en la satisfacción del precio convenido, muy frecuente en negocios de esta naturaleza y que la práctica ha consolidado, para el alquiler de determinadas películas.
Durante dichas exhibiciones pueden ustedes, o persona delegada, ejercer el control de taquilla y aforo interior que tengan por conveniente.
10. Las fechas para la proyección de dichas películas se fijarán de común acuerdo, pudiendo modificarse, siempre de común acuerdo, dentro del plazo del término fijado, si por causas ajenas a la voluntad de ustedes, hubiera que variar alguna. De todos modos estas películas deberán quedar proyectadas antes del 30. Junio 1.933 a razón de . . . películas por . . .
Entendiéndose ya infringido este pedido en el momento en que transcurra un mes sin cumplimentar esta programación, y quedando ustedes autorizados en tal caso a exigir por cualquiera de las fórmulas citadas la garantía prevista en la condición primera.
Para evitar la posibilidad de que se produzca el hecho de no proyectarse una o varias de las películas solicitadas, por petición excesiva de material, declaro terminantemente que la capacidad consumidora del local donde deben exhibirse es bastante, durante el plazo aquí previsto, para cumplimentar la contratación deseada. Si resultase inexacta esta declaración y la no proyección de películas obedeciere a la demanda abusiva por mi parte de éstas, desde ahora autorizo a ustedes para que me sean retiradas todas sin perjuicio de cuantas sanciones puedan imponerse, aparte del pago del alquiler que habrá de satisfacerse como si hubiesen sido proyectadas.
11. Me comprometo a hacer constar en todos los programas, prensa y cualquier otra propaganda la marca de la editora de la película aceptando las responsabilidades que exigiera a ustedes la casa origen como consecuencia de cualquier incumplimiento por mi parte de esta condición.
12. El pago del alquiler correspondiente, con arreglo a los precios determinados al dorso, se efectuará siempre en el domicilio de ustedes, o sea en la ciudad de . . . Madrid . . . que queda designado a todos los efectos oportunos, sin que el giro de letras que acaso se hiciera a mi cargo, o cualquier otra contingencia que se presentara, altere en lo más mínimo el lugar que voluntariamente reconozco es el obligado para el pago de cuanto puedan ustedes reclamarme en virtud o por consecuencia de este pedido.
13. Constándome que pertenecen ustedes a la Mutua de Defensa Cinematográfica Española, entiendo que el cumplimiento de este pedido deben ustedes someterlo en cualquier momento durante su vigencia al cumplimiento de las obligaciones que les imponga la observancia de sus Estatutos, siendo de mi cargo el porcentaje y gastos que la intervención de la Mutua ocasionase en la resolución de cualquier impago o incumplimiento por mi parte del presente pedido, y que requiera la intervención de dicha entidad, a juicio de ustedes.
14. Sin perjuicio de lo consignado en el párrafo anterior, y haciendo expresa renuncia de mi fuero y domicilio, declaro, que para cuantas incidencias se presentaren y tuvieran que ser resueltas a deseo de ustedes por los Tribunales, me someto expresamente a los de la ciudad de . . . Madrid . . .
El presente pedido queda formulado por duplicado con objeto de que me sea devuelto un ejemplar con su conformidad, en cuyo momento quedará cerrado, firme y ejecutivo este pedido en los términos expresados en el mismo.
De Vds. affmo. s. s., q. e. s. m.

Anverso del contrato de alquiler de films entre Ufilms y Cine Jimeno fechado en 1932

Nota de Pedido

Duplicado

TÍTULO DE LA PELÍCULA	Fecha proyección	Precio Película	Propaganda Pesetas	OBSERVACIONES
FAVORITO DE LA GUARDIA		350.-		
TRIO DE LA BENICINA		300.-		
ORDENES SECRETAS		300.-		
PEZ DE TIERRA		300.-		
Total pesetas		1.250.-		

COPIAS BANDA.-

CLAUSULA.- Si durante la vigencia del presente pedido, la Mutua de Defensa Cinematográfica acordara un cierre general de locales, se entenderá suspendido aquel por los días que dure dicho cierre, a voluntad de ambas partes. En ninguno de ambos casos se derivará responsabilidad alguna del cumplimiento del citado acuerdo.

Recibido el original de este pedido, cuyo duplicado es el presente ejemplar, que dejamos clasificado con el n.º _____, prestando nuestra conformidad al mismo y dejando, por lo tanto, cerrado, firme y ejecutivo cuanto en él se determina.

Madrid, 17 de Octubre de 1932

UNIVERSUM-FILM-AKTIENGESELLSCHAFT
Concesión Española

Reverso del contrato de alquiler de films entre Ufilms y Cine Jimeno fechado en 1932

Transcripción del contrato:

Cine Jimeno

Empresa D Eduardo Jimeno

PUENTE DE VALLECAS (MADRID) Madrid, 17 de octubre 1932

Sr. Concesionario de la UFA

Antonio Maura, 16

Madrid

Muy señores míos:

Tengo el gusto de pasarles nota de pedido en firme para que se sirvan suministrarme, exclusivamente a los locales ...Cine Jimeno... las películas que cito al dorso, en el tiempo y condiciones que paso a detallar.

CONDICIONES DE ESTE PEDIDO

1ª. Todas las películas detalladas en este pedido, se consideran comprometidas en firme, de tal modo que, aún en el caso de que dejaran de proyectarse dentro del plazo estipulado, una o varias cualquiera de ellas, sea cual fuera la causa que motivara la suspensión, queda bien entendido que me obligo y comprometo a satisfacer el importe íntegro del alquiler fijado, sin deducciones, diferencias, ni compensaciones de clase alguna, en los términos y condiciones que se estipulan en el presente pedido.

2ª. Al día siguiente de la última exhibición me comprometo a devolver a ustedes las películas, discos y material de propaganda objeto de este pedido, en las mismas cajas y sacos en que las haya recibido, comprometiéndome a indemnizar a ustedes el 50% del importe total del alquiler por cada día de retraso, y además los daños y perjuicios que les pueden irrogar el no recibir este material el día convenido.

3ª. Los carteles o fotografías que llegasen a poder de ustedes rotos, con deterioros, o sufriesen extravíos, podrán ustedes cargármelos a los precios siguientes: cartel de 24 hojas Ptas. 75, - uno; cartel de 8 hojas Ptas. 15, - uno; cartel de 6 hojas Ptas. 12, - uno; cartel de

4 hojas Ptas. 8, - uno; cartel de 3 hojas Ptas. 6, - uno; cartel de dos hojas Ptas. 4, - uno; cartel de una hoja Ptas. 2, - uno. Por cada fotografía rota o extraviada: ampliadas color Ptas. 15, - uno; tamaño corriente Ptas. 3, - uno. Por cada disco roto, rayado o extraviado: SI ERA NUEVO Ptas. 50, -; usado Ptas. 25,-.

4ª. Desde luego acepto la total responsabilidad por incendio, pérdida, menoscabo, o avería de cualquier clase que fuera y sea cual fuese el motivo que las provoque, que sufran las películas objeto de este pedido durante el tiempo que estén en mi poder y en viaje de ida y vuelta, cuyos gastos irán a mi cargo ya que el material viaja por mi cuenta y riesgo; obligándome si antes de la proyección notara alguna anomalía, a ponerle inmediatamente en su conocimiento. En caso de reclamación por parte de ustedes, queda bien entendido que habré de atenderla personalmente, y que ustedes no se verán obligados a reconocer por este concepto a ninguna Compañía aseguradora con la que yo pueda tener pólizas para cubrirme en caso de deterioro, robo o incendio del material.

5ª. Reconociendo, como reconozco de una manera expresa, que las películas solicitadas en alquiler son de su exclusiva propiedad, tendrán ustedes pleno dominio de las mismas, comprometiéndose a conservarlas en buen estado y a no trasladarlas, subarrendarlas, cederlas, ni obligarlas en manera ni por concepto alguno, quedando especialmente entendido que las películas objeto de este pedido, no podrán proyectarse en otros locales que los mencionados en el presente, ni sacar contratipo, ni hacer cambio alguno en las mismas o cortar escenas sin el consentimiento escrito de ustedes y que acepto de antemano las sanciones que reglamentariamente decreta la Mutua de Defensa Cinematográfica Española en el caso de incumplir estas condiciones.

6ª. No podré formular reclamación de clase alguna, si las copias sonoras por disco no sincronizasen debido a que en la película se hayan alterado las señales de puesta en marcha, o si durante la proyección mis operadores se ven en la precisión de hacer cortes, o empalmes sin guardar la proporción de los mismos fotogramas. En tales casos me comprometo a comunicarles cualquiera de estas incidencias, con el fin de que puedan ustedes subsanarlas al recibir la película, evitando la responsabilidad que me incumbiera por cualquier entorpecimiento ocurrido a otro cliente en la proyección.

7ª. Reconozco a ustedes pleno derecho para que en caso de incumplimiento por mi parte de las obligaciones de pago o cualesquiera otras de las que me impongo en el presente pedido, puedan ustedes a su voluntad suspenderme provisionalmente el servicio de

películas, o anular el resto del pedido en tal momento pendiente de ejecución, sin perjuicio además de las sanciones que ya por mediación de la Mutua de Defensa Cinematográfica Española, ya por los Tribunales, puedan ustedes indistintamente y a su elección exigir, en los casos de impagados o incumplimientos a que hago referencia.

8ª. Del total pago las cantidades estipuladas por cada película podrán ustedes disponer dentro del día siguiente de su última exhibición.

9ª. Para las películas cuya exhibición es a porcentaje, queda entendido que ustedes me autorizan para cobrar en taquilla y por su cuenta la parte proporcional que del importe de cada localidad corresponde a ustedes, y a los totales recaudados por este concepto en cada sesión se considerarán cantidades propiedad de ustedes en mi poder, en concepto de depósito, que podrán ustedes retirar al final de cada sesión.

Desde luego que como en las explotaciones a porcentaje la única misión de ustedes es la aportación de la película, ninguna responsabilidad puede alcanzarles en ningún orden durante las exhibiciones de su película por todo cuanto pueda ocurrir que afecte al local, de modo que dejo bien entendido, que tal forma de pago no significa asociación ni coparticipación con la Empresa explotadora del local y sí tan sólo una modalidad en la satisfacción del precio convenido, muy frecuente en negocios de esta naturaleza y que la práctica ha consolidado, para el alquiler de determinadas películas.

Durante dichas exhibiciones pueden ustedes, o persona delegada, ejercer el control de taquilla y aforo interior que tengan por conveniente.

10ª. Las fechas para la proyección de dichas películas se fijarán de común acuerdo, pudiendo modificarse, siempre de común acuerdo, dentro del plazo del término fijado, si por causas ajenas a la voluntad de ustedes, hubiera que variar alguna. De todos modos estas películas deberán quedar proyectadas antes del ...30 DE JUNIO 1993... a razón ... películas por ... entendiéndose ya infringido este pedido en el momento en que transcurra un mes sin cumplimentar esta programación, y quedando ustedes autorizados en tal caso a exigir por cualquiera de las fórmulas citadas la garantía prevista en la condición primera.

Para evitar la posibilidad de que se produzca el hecho de no proyectarse una o varias de las películas solicitadas, por petición excesiva de material, declaro terminantemente que la capacidad consumidora del local donde deben exhibirse es bastante, durante el plazo aquí previsto, para cumplimentar la contratación deseada. Si resultase inexacta esta

declaración y la no proyección de películas obedeciere a la demanda abusiva por mi parte de éstas, desde ahora autorizo a ustedes para que me sean retiradas todas sin perjuicio de cuantas sanciones puedan imponérseme, aparte del pago del alquiler que habrá de satisfacerse como si hubieran sido proyectadas.

11ª. Me comprometo a hacer constar en todos los programas, prensa y cualquier otra propaganda la marca de la editora de las películas aceptando las responsabilidades que exigiera a ustedes la casa origen como consecuencia de cualquier incumplimiento por mi parte de esta condición.

12ª. El pago del alquiler correspondiente, con arreglo a los precios determinados al dorso, se efectuará siempre en el domicilio de ustedes, o sea en la ciudad de ...MADRID... que queda designado a todos los efectos oportunos, sin que el giro de letras que acaso se hiciera a mi cargo, o cualquier otra contingencia que se presentara, altere en lo más mínimo el lugar que voluntariamente reconozco es el obligado para el pago de cuanto puedan ustedes reclamarme en virtud o por consecuencia de este pedido.

13ª. Constándome que pertenecen ustedes a la Mutua de Defensa Cinematográfica Española, entiendo que el cumplimiento de este pedido deben ustedes someterlo en cualquier momento durante su vigencia al cumplimiento de las obligaciones que les imponga la observancia de sus Estatutos, siendo de mi cargo el porcentaje y gastos que la intervención de la Mutua ocasionase en la resolución de cualquier impagado o incumplimiento por mi parte del presente pedido, y que requiera la intervención de dicha entidad, a juicio de ustedes.

14ª. Sin perjuicio de lo consignado en el párrafo anterior, y haciendo expresa renuncia de mi fuero y domicilio, declaro, que para cuantas incidencias se presentaren y tuvieran que ser resultas a deseo de ustedes por los Tribunales, me someto expresamente a los de la ciudad de ...MADRID...

El presente pedido queda formulado por duplicado con objeto de que me sea devuelto un ejemplar con su conformidad, en cuyo momento quedará cerrado, firme y ejecutivo este pedido en los términos expresados en el mismo.

De Vds. affmo. s.s., q. e. s. m.

Nota del pedido**Duplicado**

TÍTULO DE LA PELÍCULA	Fechas de proyección	Precio Película	Propaganda Pesetas	OBSERVACIONES
FAVORITO DE LA GUARDIA		350.-		
TRÍO DE LA BENCINA		300.-		
ÓRDENES SECRETAS		300.-		
PEZ DE TIERRA		300.-		

Total pesetas..... 1250.-

COPIAS BANDA.-

CLAÚSULA.- Si durante la vigencia del presente pedido, la Mutua de Defensa Cinematográfica acordara un cierre general de locales, se entenderá suspendido aquel por los días que dure dicho cierre, a voluntad de ambas partes. En ninguno de ambos casos se derivará responsabilidad alguna del cumplimiento del citado acuerdo.

Recibido el original de este pedido, cuyo duplicado es el presente ejemplar, que dejamos con el nº ..., prestando nuestra conformidad al mismo y dejando, por lo tanto, cerrado, firme y ejecutivo cuanto en él se determina

Madrid, 17 de ... octubre ... de 1932

UNIVERSUM FILM AKTIENGESELLSCHAFT

Concesión Española

