

EL PAPEL DE LAS DISTRIBUIDORAS CINEMATOGRAFICAS EN EL DESARROLLO DEL CINE ESPAÑOL DURANTE LA II REPÚBLICA.

The role of the film distributors in the development of the film during the Second Republic.

Samuel Montes Ibars, Universidad de Salamanca.

Fecha de recepción: diciembre de 2015.

Fecha de aceptación: abril de 2016.

RESUMEN: El objetivo principal de este artículo es el estudio del mercado cinematográfico durante la II República Española. En el marco de un estudio pormenorizado del sector de la distribución de cine en España entre 1925 y 1950, se sitúa este breve artículo que trata de constatar cómo la evolución y dinamización de esta actividad comercial influyó en el desarrollo del cine en la II República, una etapa de esplendor denominada “Edad de oro del Cine Español”. Este análisis parte de la conversión de las empresas de distribución en productoras cinematográficas, que se lanzaron a la producción de films para hacer frente al dominio del cine estadounidense en las pantallas españolas.

PALABRAS CLAVE: Distribución, Producción, Exhibición, Industria, Empresa.

ABSTRACT: The aim of this article is to study the film market during the period of the Second Spanish Republic. This brief study is situated within the framework of a thorough study of the Spanish Cinema between 1925 and 1950 so as to illustrate how the evolution and *revitalization* of this commercial activity influenced on the development of the cinema during the II Republic, period of time named *The Golden Age of Spanish Cinema*. This analysis begins with the conversion of the distribution companies into film production companies, which committed to film production in order to confront the US film dominance in the Spanish screens.

KEYWORDS: Distribution, Production, Exhibition, Industry, Company.

1.- INTRODUCCIÓN. DE LOS ORÍGENES DE LA DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA A LA CONQUISTA NORTEAMERICANA DEL MERCADO ESPAÑOL (1896-1930).

Los comienzos de la distribución cinematográfica en España son los comienzos del fenómeno cinematográfico en sí mismo¹. En sus primeros años, la

¹ Cataluña, concretamente Barcelona, es la cuna del cinematógrafo en España. En multitud de estudios, como GÓMEZ LÓPEZ, P. *El cine en Barcelona, una generación histórica: 1906-1923*. Barcelona, Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona, 1984, pp. 183-419, se constata que

cinematografía era una actividad prácticamente artesanal y las fronteras entre realización, producción y distribución de films eran inexistentes. Los pioneros de nuestro cine, como Fructuós Gelabert o Segundo de Chomón, eran los directores de películas, pero también tenían que buscar capital para su financiación por una parte, lo que les convertía en productores, y por otra debían dar salida comercial a sus producciones, es decir, distribuirlas para su exhibición en ferias y salas. Como ya apuntó 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”².

A partir de 1905 se produjeron una serie de cambios fundamentales para el devenir de la distribución cinematográfica. En primer lugar, asistimos a la proliferación de “actualidades”, noticiarios y documentales, nacionales y extranjeros, cuya distribución se utilizó como base financiera para crear rudimentarias empresas de producción. Empresas como Films Barcelona o Hispano Films son ejemplos de este hecho. En segundo lugar, nos encontramos con el establecimiento del alquiler de películas, dejando atrás el arcaico y lento sistema de venta directa de las copias de los films. Este factor convirtió a los distribuidores en intermediarios entre la manufactura del film, la realización y la producción, y el consumo del mismo, la sala de exhibición y el público. Los empresarios que se dedicaban a la compra-venta y alquiler de films quedaron en una posición muy ventajosa dentro del mercado cinematográfico, pues sólo necesitaban asegurarse la posesión de un catálogo variado de películas para llenar las pantallas de las salas de exhibición españolas con sus productos, ya fueran nacionales o foráneos. Por último pero no menos determinante, las empresas cinematográficas extranjeras, especialmente las francesas Lumière, Pathé, Méliès y Gaumont, comenzaron a abrir sucursales en España, cuya gestión comercial la ejercieron empresarios españoles por su mejor conocimiento del mercado y las costumbres españolas de negociación.

En este contexto que envuelve a la industria cinematográfica, se observa que hacia 1915 las casas distribuidoras se multiplican por toda España, siendo muchas de ellas de pequeña entidad y de ámbito provincial³. Sus beneficios económicos eran bastante altos, sobre todo aquellos obtenidos a través de la distribución de material

el proceso de industrialización en Cataluña 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.

² ALONSO GARCÍA, L. “De arañas y moscas: La formación del sistema del cine y los principios de la distribución cinematográfica en España”, *Archivos de la Filmoteca*, nº 66 (2010), [consulta: 01/10/2015], p.132.

<http://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/121->

³ ALONSO GARCÍA, L. “De arañas y moscas...”, op. cit., pp.132-136.

fílmico extranjero que resultaba más atractivo para el público. En contraposición a lo que sucedía con las empresas de producción españolas, que carecían de capital suficiente para competir con los films franceses y alemanes y estaban condenadas a una existencia efímera, los empresarios de las casas alquiladoras más emblemáticas y exitosas se mantendrán en el negocio durante muchos años, como J. Verdager, J. Fuster o E. González.

En 1914 estalla la I Guerra Mundial (1914-1918) y la neutralidad de España en el conflicto hizo florecer las esperanzas de los productores y los distribuidores españoles, que pensaban que sus productos llenarían las pantallas de los países involucrados en el enfrentamiento bélico.

Sin embargo la primera consecuencia de la Gran Guerra influyó directamente sobre el mercado cinematográfico interior de España y fue el desabastecimiento de película virgen que impidió la realización de nuevas producciones. Esta situación provocó un vacío en nuestras pantallas que llevó a los distribuidores a un incremento constante del precio del alquiler de sus productos. Los exhibidores por su parte, en conflicto directo con las casas alquiladoras, respondieron con 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.

A todo esto hay que sumar que la red comercial de cine española, cuyos puntos neurálgicos eran Barcelona, Madrid, Sevilla, Bilbao, La Coruña, Málaga y Valencia, desde los que se extendía gradualmente hacia las pequeñas salas de provincia, tenía que hacer frente a dos obstáculos. Por una parte debía enfrentarse a la censura previa de los films que estaba instalada desde 1912 y que ralentizaba la circulación del material fílmico. Por otra parte seguían produciéndose enfrentamientos entre distribuidores, que subían los precios, y exhibidores, que llevaban a cabo el polémico “pase”. Tanto unos como otros terminaron por hacer concesiones pues, a pesar de que luchaban por imponer sus intereses en el engranaje industrial, no estaban dispuestos a perder los beneficios emanados del negocio cinematográfico.

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 siguiendo una clara estrategia empresarial de control oligopólico. Las empresas norteamericanas llevarán a cabo numerosas producciones que sus filiales españolas se encargarán de distribuir por las salas de exhibición de nuestro país, muchas de las cuales estaban controladas directa o indirectamente por las propias firmas estadounidenses.

En plena década de los veinte y con la Dictadura de Miguel Primo de Rivera (1923-1930) como régimen político de España, la producción barcelonesa entra en crisis y el centro cinematográfico se traslada a Madrid por la creciente demanda de público y la centralización llevada a cabo por Primo de Rivera. Destacaron empresas como Atlántida Films S.A.C.E. y Films Española, cuya producción filmica dependía directamente de los beneficios económicos obtenidos de la distribución de productos cinematográficos, mayormente extranjeros.

Basta con ojear los diferentes anuarios cinematográficos de los años veinte que se conservan para deducir que el número de casas distribuidoras no disminuyó⁴. La red de distribución española la conformaban, al margen de las empresas con más trayectoria como por ejemplo Cinematográficas Verdaguer o Ernesto González, pequeñas firmas que se repartían el mercado provincial.

El hecho decisivo fue la conquista de las pantallas españolas por parte de la producción norteamericana. En un primer momento distribuyeron sus productos a través de intermediarios españoles, como fue el caso de Ernesto González. A partir de 1922 iniciaron una política comercial estratégica basada en la apertura de filiales, tal y como ya habían hecho en América Latina⁵. 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.

Como consecuencia de esta invasión de films se llevará a cabo una escueta regulación de la industria cinematográfica, basada en la seguridad de las salas de exhibición, la tributación de los espectáculos cinematográficos y medidas proteccionistas⁶.

2.- BREVE CONTEXTUALIZACIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL DEL CINE ESPAÑOL DURANTE LA II REPÚBLICA ESPAÑOLA.

La llegada de los años treinta a España trajo consigo una serie profundos cambios políticos y sociales en el país. La monarquía de Alfonso XIII, que había

⁴ Esta información ha sido recopilada a través de las siguientes fuentes históricas: *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 Fílmoteca Española (Madrid).

⁵ Es un hecho que Pablo León ha denominado “el imperio de las filiales”. LEÓN AGUINAGA, P. *El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda*. Madrid, Memoria para optar al grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Historia Contemporánea, 2009) [consulta: 15/11/2015], pp. 36-40. -<http://eprints.ucm.es/8378/1/T30698.pdf>

⁶ Esta información referente a la legislación de espectáculos se encuentra recogida en el *Anuario del Cinematografista para el año 1928-29* y el *Anuario del Cinematografista para el año 1930*. Ambos se hallan en el Archivo de la Fílmoteca de Española.

apoyado el gobierno dictatorial de Miguel Primo de Rivera en la década anterior, no pudo hacer frente al rechazo masivo que le procuraron las elecciones municipales del 12 de abril de 1931 en las grandes ciudades. El 14 de abril, tras la proclamación de la II República, el rey huyó de España.

Al margen de otros acontecimientos, el cine español de la II República se caracteriza por coincidir con el advenimiento del cine sonoro. Es relativamente fácil imaginar los problemas tecnológicos y logísticos que generó este nuevo descubrimiento 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, francesa 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 aparatos.

Las soluciones por las que optaron los profesionales de la industria cinematográfica fueron variadas. Por un lado se encuentran aquellos que optaron por la producción de películas españolas en estudios franceses, alemanes e ingleses. Este es el caso de Saturnino Ulargui que aprovechó sus relaciones comerciales con la UFA alemana, de la que poseía la distribución en exclusiva 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* dirigida por Edgar Neville en Inglaterra (1929). Por otro lado se llevó a cabo la sonorización a posteriori de películas mudas españolas en estudios extranjeros y nacionales. Este ejemplo lo encontramos en *La aldea maldita* de Florián Rey (1931), *Prim* (1930) de José Buchs o *Yo quiero que me lleven a Hollywood* (1931) de Edgar Neville, cuya sonorización se llevó a cabo en París, así como *La alegría que pasa* (1930) de Sabino A. Micón que se sonorizó en estudios españoles. También se produjo el fenómeno de emigración de profesionales españoles a Hollywood y los estudios de la Paramount en Joinville para la realización de producciones extranjeras en castellano. Entre los profesionales que intervinieron en la confección de estas producciones castellanoparlantes de la industria estadounidense, destacaron nombres de la relevancia de Benito Perojo, Florián Rey, Edgar Neville, Eusebio Fernández Ardavín,... Por último, se ha de mencionar que hubo profesionales que desarrollaron sistemas de sonorización que no tuvieron éxito como Ricardo Urgoiti (sistema Filmófono). Prueba de ello fue la pésima sonorización mediante el sistema Filmófono de *Fútbol, amor y toros* de Florián Rey (1930).

Todos estos intentos iniciales de adaptarse a la producción de cine sonoro tienen su fin a partir de 1932 con la creación de las infraestructuras necesarias para la realización de cine sonoro. En 1932 se inauguraron en Barcelona los estudios Orpheu. 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. A estos les seguirían Estudios Iberia Films (Cinearte) en 1933, Ballesteros Tona Films en 1934 y en 1935 Estudios

Roptence y Estudios Chamartín. En Barcelona se inauguraron en 1935 los Estudios Trilla y Estudios Lepanto.

Ha de tenerse en cuenta por otra parte que durante el periodo republicano se consolidó un proceso sociocultural que se había iniciado en España a mediados de los años veinte, la transformación del cine en una industria de ocio de masas. Aparece en la sociedad española una nueva sensibilidad ante el cine, cuyo 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, especialmente entre la población urbana⁷.

Enlazando con el desarrollo de la concepción del cine como un medio de comunicación de masas, nos encontramos ante el hecho de que el cine empieza a ser utilizado como un instrumento de difusión de ideología. Aunque existe algún ejemplo aislado de films de contenido político, como *Fermín Galán* de Fernando Roldán (1932), el Gobierno de la II República prestó poca atención al cinematógrafo. De hecho, fue tras el estallido de la Guerra Civil en julio de 1936, como consecuencia de la sublevación de militares fascistas, cuando las autoridades gubernamentales se lanzaron de forma decisiva a la realización de películas y documentales de propaganda política y bélica. Y lo mismo ocurrió en el bando de los sublevados. Durante el periodo republicano fueron los intelectuales quienes mostraron mayor interés por el cine. Quizá el intelectual más emblemático que supo ver arte en este fenómeno del siglo XX fue Ramón Gómez de la Serna, aunque no fue el único. Otros como Menéndez Pidal o Ernesto Giménez Caballero también mostraron interés por la actividad fílmica.

La indiferencia que mostraron las instituciones republicanas hacia el cine español no se manifestó únicamente en la ausencia de un cine explícitamente político. Los distintos sectores de la industria cinematográfica española y la prensa especializada demandaban constantemente la aplicación de políticas proteccionistas para estimular la producción de films españoles y fomentar la asistencia de público a las proyecciones de factura nacional. El I Congreso Hispanoamericano de Cinematografía, celebrado en octubre de 1931 en Madrid, puede tomarse como ejemplo de estas peticiones. Sin embargo, sus demandas, centradas en la petición de medidas proteccionistas y en la eliminación de impuestos, no llegaron a materializarse en apoyos estatales a la industria.

Tanto la llegada del fenómeno sonoro a España como la transformación del cine en uno de los elementos más importantes de ocio entre la sociedad, fueron factores que influyeron de forma decisiva en la industria cinematográfica española.

⁷ Este proceso de conversión del cine en un instrumento de masas lo expone con claridad Vicente Benet: BENET, V. *El cine español: una historia cultural*. Barcelona, Paidós Comunicación, 2012, pp. 55-62.

La producción nacional de películas aumentó substancialmente entre 1930 y 1936⁸, un aumento que vino de la mano del gusto del público por lo español y que se tradujo en importantes beneficios económicos derivados de la asistencia del público a las proyecciones de films nacionales, los cuales se mantenían en cartelera durante semanas.

3.- EL MERCADO CINEMATOGRAFICO EN ESPAÑA DURANTE LA II REPÚBLICA.

3.1.-ENTORNO COMERCIAL. EMPRESAS Y EMPRESARIOS.

Como se viene señalando, el mercado cinematográfico español al inicio de la década de los treinta se caracterizaba por la segmentación y dispersión de pequeñas empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras de carácter nacional por un lado y por la colonización norteamericana de las pantallas españolas por otro.

La producción de films en España comenzó a crecer en los años de la II República debido a múltiples factores. Entre los más destacados, que han sido sobradamente analizados en multitud de trabajos, se encuentran la nueva concepción del cine como alternativa de ocio para la sociedad y la gran aceptación que el público español demostró hacia el cine nacional y la lengua castellana. Ahora bien, estas empresas productoras precisaban una acumulación de capital de cierta entidad para llevar a cabo un largometraje.

Muchas de estas empresas que se lanzaron a la realización de films fueron, en un primer momento, distribuidoras que se atrevieron a dar este paso utilizando como base económica los beneficios emanados del alquiler de cintas. Los empresarios dedicados a la distribución poseían una situación cómoda en el entorno comercial, ya que lo único que debían hacer era procurarse un lote de películas más o menos variado y ofrecérselo a las salas de exhibición. Estas debían pagar una cantidad fija por el alquiler de cintas y una cantidad variable en función del éxito que tuviera la proyección de un film. 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 frecuente la colaboración comercial entre un alquilador y una determinada sala de exhibición⁹. Esta situación privilegiada de los alquiladores se vio fortalecida a partir

⁸ Véase el cuadro de la evolución y la localización de la producción cinematográfica española entre enero de 1932 y julio de 1936 que refleja GUBERN, R. "El cine sonoro (1930-1939)", en: *Historia del Cine Español*. Madrid, Cátedra, 1995, p. 145.

⁹ 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

de 1926, cuando se instauró la “contratación por lotes”, en lugar del alquiler de cintas por unidades. Esto significaba que el exhibidor debía contratar a la casa distribuidora en cuestión el catálogo completo de las películas ofertadas por un 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.

Las casas distribuidoras, muchas de las cuales se convirtieron en productoras y compaginaron las labores de alquiler con las de realización de films, que más éxito cosecharon durante el periodo republicano 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, DASA, SAGE, Julio César, Exclusivas Puigvert y Alianza C. Española¹⁰.

Hablemos ahora de las grandes compañías norteamericanas. Su llegada a España se produjo durante la I Guerra Mundial, utilizando como plataforma de entrada el comercio con Gran Bretaña y distribuyendo material fílmico de propaganda bélica, es decir, películas que justificaban sus intervenciones militares en Europa. Si en un primer momento las *majors* optaron por la venta y alquiler de material a través de intermediarios españoles, a partir de 1922 pusieron en marcha la apertura de sucursales por el territorio español y al frente de su gestión comercial situaron a empresarios autóctonos. En 1922 se 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)*. Unos años después, ya en pleno gobierno republicano, se instalaron la *Warner (Warner Bros.)* en 1932, *Radio Films (R.K.O.)* en 1934, *Columbia (Columbia Pictures)* en 1935 y *Los Artistas Asociados (United Artists)* en 1935. Esta estrategia comercial, que ya utilizaron con anterioridad en América Latina, les otorgó un fuerte dominio del mercado cinematográfico español. Un dominio que sólo se vio tímidamente amenazado en los años 1935 y 1936, en los que ciertas producciones españolas como *Don Quintín el amargao* (1935) de Luis Marquina o *Morena Clara* (1936) de Florián Rey cosecharon rotundos éxitos.

Las películas de Hollywood coparon las pantallas españolas durante las décadas de los veinte y de los treinta por el éxito que obtenían entre el público español. Es evidente que la calidad técnica y artística jugaba un papel fundamental en el entusiasmo del público, pero detrás existía una estrategia comercial muy eficaz. Las compañías norteamericanas establecieron un dominio monopolístico del

Música y Callao. Lo mismo ocurre con la productora/distribuidora Cifesa y los cines Avenida y Callao.

¹⁰ Esta lista de distribuidoras ha sido elaborada a través del desfile de carteleras que publicaba mensualmente la *Revista Cine Español* entre 1934 y 1936: MONTAGUD, F. *Revista Cine Español*, Madrid, nº 1-29 (1934-1936).

mercado a través del control de los tres sectores que componen la industria cinematográfica: producción, distribución y exhibición. Esto significa que las *majors* asumían la inversión para la realización de un film que, posteriormente, distribuían por España a través de empresarios españoles que dirigían sus sucursales o de distribuidores independientes que compraban sus producciones en exclusiva a sabiendas de su buen rendimiento en taquilla. Los empresarios exhibidores, conscientes de la gran cantidad de público que acudía a las proyecciones de cine norteamericano, alquilaban este material y lo proyectaban de estreno y de reestreno durante semanas. Es más, muchas de las salas de exhibición se convertían en salas particulares de las firmas norteamericanas, especialmente a raíz de la “contratación de películas por lotes”, que suponía la adquisición de todo el catálogo filmico de una marca. Además la industria de Hollywood introdujo otro tipo de práctica de tipo monopolista en el mercado español: el sistema de porcentaje. Este sistema, a pesar de las oscilaciones derivadas de las condiciones comerciales de las distintas empresas, establecía condiciones comerciales muy favorables para las compañías norteamericanas. El resultado final era que, de cada película exhibida en pantallas españolas, el beneficio que le quedaba al distribuidor español rara vez llegaba al 50%¹¹.

Las casas distribuidoras norteamericanas que desarrollaron su actividad comercial en España durante la II República fueron Hispano Fox Films, Metro Goldwyn Mayer, RKO, Warner Bros, Paramount, Columbia, Los Artistas Asociados e Hispano American Films 22¹². A simple vista y analizando estrictamente el número de empresas existentes, puede parecer que el mercado de la distribución en España lo controlaban las empresas autóctonas. Sin embargo, las firmas norteamericanas distribuían mayor cantidad de films puesto que ofertaban y alquilaban su amplia producción por lotes completos. Además muchas de las películas de sus catálogos se colocaban como estrenos en las salas de exhibición españolas y solían mantenerse más de siete días consecutivos, lo cual repercutía directamente en beneficios económicos para la distribuidora en cuestión¹³.

¹¹ *Anuario Cinematográfico Español de 1935*. pp. 46 y 47. Ejemplar situado en la Sala de Lectura de la Filmoteca Española (Madrid).

¹² Al igual que con el recuento de las casas distribuidoras españolas que se efectuó con anterioridad, el criterio de selección y ordenación se basa en la cantidad de films de estreno que estas distribuidoras colocaban principalmente en Madrid, pero también en otras grandes ciudades como Barcelona, Sevilla y Valencia.

¹³ Es un hecho que muchos historiadores, como Felipe Cabrerizo Pérez, han constatado en sus trabajos: “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”. CABRERIZO PÉREZ, F. *La Atenas militarizada. La industria cinematográfica en Gipuzkoa durante la Guerra Civil (1936 - 1939)*. San Sebastián, Diputación Foral de Gipuzkoa, 2007 [consulta: 20/03/2015], p.178. -<http://www.artxibogipuzkoa.gipuzkoakultura.net/libros-e-liburuak/bekak-becas05.pdf>

3.2. ENTORNO POLÍTICO Y ECONÓMICO. CONFLICTOS E INTERESES.

Ya se comentó en el anterior capítulo que los sucesivos gobiernos republicanos no prestaron mucha atención a la cinematografía. Ante la invasión norteamericana de las pantallas y las condiciones abusivas que imponían las *majors* estadounidenses, los sectores cinematográficos y la prensa reclamaron constantemente medidas gubernamentales que protegieran el cine español.

Sus demandas básicas eran la eliminación de las cargas fiscales con las que se gravaba al cine español y el establecimiento de medidas proteccionistas, destacando la petición de una cuota de pantalla para el cine español. La primera de las peticiones venía motivada por un impuesto que se estableció en 1932, por el cual se gravaban los ingresos generados de la explotación cinematográfica con un 7'5% y que generó temor y malestar entre distribuidores y exhibidores:

*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*¹⁴.

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

*[...] de no tener pronto satisfactoria solución para todos, podría ocurrir que las casas de distribución [...] tuvieran que cerrar sus negocios, lo que determinaría, [...] una dolorosa complicación en la vida de miles de modestas familias que dependen del cinema*¹⁵.

Finalmente el impuesto quedó rebajado al 4'5% para la producción extranjera y al 1'5%:

*“El Gobierno ha presentado un proyecto por el cual [...] se propone la modificación de las bases imponibles determinadas en la Gaceta del día 18 del corriente, reduciéndolas de modo que [...] 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 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 [...]”*¹⁶.

¹⁴ MONTAGUD, F. “Grave conflicto cinematográfico en España”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 6 (1934), p. 3.

¹⁵ MONTAGUD, F. “El impuesto del 7'5 por 100”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 5 (1934), p. 1.

¹⁶ MONTAGUD, F. “Ya no hay impuesto del 7'50”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 21 (1935), p. 6.

Las demandas de medidas proteccionistas por parte de la industria cinematográfica española también tuvieron eco en la prensa especializada. En la revista *Cine Español* pueden encontrarse multitud de llamamientos al gobierno para que adopte medidas que estimulen y favorezcan la producción y la exhibición de cine español, así como continuadas referencias a las políticas cinematográficas de otros países:

“ [...] en España [...] las Empresas pueden proyectar las cintas extranjeras que crean oportuno, sin que haya ninguna ley que lo reglamente como sucede en Francia, Italia, Alemania y en todos los países que dan la importancia que se merece a este novísimo arte.

¿Sabén nuestros lectores los films extranjeros que pueden entrar en Francia por semestre? [...] sólo 94, entre largos y cortos. [...] Solamente en Madrid se han estrenado en el mismo periodo 185 películas de largo metraje, y por lo menos otras tantas documentales y cortas”¹⁷.

Salta a la vista que uno de los principales problemas del mercado cinematográfico español era la ausencia de una legislación que regulase la industria, de ahí los numerosos conflictos que se producían entre exhibidores y distribuidores. Otra consecuencia derivada de esta falta de control sobre el negocio filmico fueron los abusos comerciales a los que las casas norteamericanas sometían a distribuidores y propietarios de salas, lo que desembocaba en protestas y demandas de leyes proteccionistas. De hecho, la escasa regulación que regía la actividad cinematográfica comenzó a llevarse a cabo tras la I Guerra Mundial, poco después de producirse la invasión de nuestras pantallas por parte de las producciones de Hollywood. Las principales leyes se recogen ya en el *Anuario del Cinematografista para el año 1928-29* y el *Anuario del Cinematografista para el año 1930*¹⁸.

En este escenario 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 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 distribución de material extranjero, especialmente norteamericano, en detrimento de

¹⁷ MONTAGUD, F. “La producción nacional”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 23 (1935), p. 1.

¹⁸ Ambos documentos pueden consultarse en la Biblioteca de la Filmoteca Española en Madrid.

la producción nacional. Este tipo de decisiones comerciales les granjearon duras críticas por el abandono que sometieron al cine español, tanto de sus coetáneos como de la historiografía en general. Lo cierto 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 poseían buena afluencia de público, eran los que obtenían las exclusivas de las productoras extranjeras más destacadas. Los pequeños distribuidores quedaban relegados a la comercialización de productos de marcas menos potentes económicamente, los cuales podían cosechar éxito o ser un fracaso, en pequeñas salas de barrio o de provincia.

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.

4.- DE LA DISTRIBUCIÓN A LA PRODUCCIÓN. LOS CASOS PARADIGMÁTICOS: CIFESA, FILMÓFONO, UFILMS Y ATLANTIC FILMS.

Durante los años treinta el cine español comenzó a cosechar éxitos de taquillas considerables y a recortarle las cuotas de pantalla poco a poco al cine norteamericano. Así lo refleja Filiberto Montagud en artículos de opinión de su revista:

“[...] 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 [...]”¹⁹.

¹⁹ MONTAGUD, F. “Las casas americanas pierden valor en los cines españoles”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 8 (1934), p. 1.

Los distribuidores españoles, conscientes del rechazo que el público español demostró hacia las películas extranjeras en versión original con subtítulos, se aventuraron a la producción de films. Unos films que, a través del éxito que muchos de ellos obtuvieron en taquilla, demuestran ese gusto por “lo español”, es decir, por las tradiciones rurales españolas, por el folclore musical, por los paisajes y encuadres de España, por la temática basada en contextos sociales propios de este país,... Con el capital que acumularon, fruto de la actividad de distribución de films, muchas empresas distribuidoras comenzaron a realizar films españoles, influyendo de manera decisiva en el desarrollo y éxito comercial del cine republicano. Los ejemplos más emblemáticos son Cifesa y Filmófono, que constituyen las dos productoras españolas de mayor éxito durante la II República. Ambas comenzaron en la industria cinematográfica como distribuidoras, aunque no fueron las únicas. Muchos distribuidores optaron por producir algún film y probar fortuna en este sector, como Miguel de Miguel, con *Rosario la cortijera* de León Artola (1935), o Exclusivas Diana con *El niño de las monjas* de José Busch (1935). Sin embargo, es evidente que no todos alcanzaron las cotas de éxito que sí lograron Cifesa, Filmófono, Ufilms o Atlantic Films.

Cifesa fue una distribuidora y productora fundada en Valencia por Manuel Casanova y Vicente Casanova en 1932. Su actividad empresarial comenzó con la distribución de las producciones de la marca estadounidense Columbia hasta que, en julio de 1935, la firma abrió su filial en España bajo el nombre de Columbia Pictures. El film *Sucedió una noche* de Frank Capra (1934) le reportó a Cifesa un gran éxito comercial y un reconocimiento profesional en el panorama de la industria cinematográfica en España. Sus gerentes pronto se percataron del potencial económico del cine español en las taquillas y comenzaron a distribuir películas españolas. A partir de los beneficios que le reportó la distribución comercial de la cinta producida por los Estudios CEA, *El agua en el suelo* de Eusebio Fernández Ardavín (1934), emprendió las tareas de producción, siendo la primera de ellas *La hermana de San Sulspicio* de Florián Rey (1934). Su trayectoria como productora continuó en línea ascendente, alcanzando su mayor éxito con *Nobleza baturra* (1935) y *Morena Clara* (1935-36). Ambas fueron dirigidas por Florián Rey y han pasado a la *Historia del Cine Español* como los films más emblemáticos del periodo republicano por reunir los elementos genuinamente españoles - temas, personajes, ambientes, música,... - que reclamaba el público. El éxito comercial de esta marca y su promoción del cine español se reflejaba en la prensa de la época:

*[...] La Cifesa, que ha conseguido en poco tiempo situarse a la cabeza de sus similares, demuestra presentando en la pantalla la mayoría de producción nacional, ser entusiasta defensora de la misma [...]*²⁰.

²⁰ MONTAGUD, F. “Los estrenos”. Revista *Cine Español*, Madrid, nº 4 (1934), p. 1.

Cifesa, en consonancia con su nueva mentalidad de expansión comercial, abrió su mercado hacia Latinoamérica con la creación de sucursales en Buenos Aires, Cuba, Chile, Perú y Ecuador, además de Filipinas. Por último, pero no menos importante, introdujo en España un primitivo *star system* al estilo de las grandes compañías de Hollywood que tanto éxito comercial había tenido por todo el mundo, asegurándose por medio de altísimos salarios a los mejores profesionales del cinematógrafo de la época, como Florián Rey o Imperio Argentina.

Ricardo Urgoiti, que provenía de una familia con una importante trayectoria en los medios de comunicación, fundó en 1929 un estudio de sonorización llamado Filmófono. Urgoiti comenzó a distribuir películas en España en 1931, convirtiéndose en el introductor en España del cine soviético mediante títulos tan emblemáticos como *El acorazado Potemkin* Serguéi Eisenstein (1925). Su empresa también distribuyó producciones francesas de René Clair, Dreyer, Pabst, Marc Allégret, Duvivier, etc. Urgoiti contó con importantes colaboradores para la selección los de films que luego distribuía por España, entre los que destacaron Juan Piqueras y Luis Buñuel. No todas sus películas fueron grandes éxitos de taquilla, ya que buena parte del cine europeo que distribuía Filmófono no era comercial. De hecho, Urgoiti creó en 1931 el Cineclub Proa-Filmófono para despertar el interés por el fenómeno cinematográfico entre los intelectuales. Filmófono se convirtió en una exitosa empresa de distribución por contar con excelentes colaboradores, poseer una cadena de salas de exhibición donde proyectar sus exclusivas y emplear novedosas técnicas de publicidad. En 1935, gracias a la insistencia y la participación económica de Buñuel, Urgoiti accedió a llevar a cabo producciones de carácter comercial en consonancia con los gustos del público español. Su primera producción fue la exitosa *Don Quintín el amargao* de Luis Marquina (1935) que llegó a mantenerse once días en proyección desde su estreno en el Palacio de la Música el 3 de octubre, hecho muy destacable en un panorama cinematográfico dominado por la producción norteamericana. A esta le siguieron *La hija de Juan Simón* José Luis Sáenz de Heredia (1935), *¿Quién me quiere a mí?* de José Luis Sáenz de Heredia (1936) y *Centinela alerta* de Juan Grémillon (1936), que obtuvieron un destacable éxito de taquilla. 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. Sin embargo, 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.

Saturnino Ulargui creó la empresa de distribución Ufilms en 1931, aunque el inicio de su actividad cinematográfica se remonta al año 1925. Se licenció como arquitecto en 1924 y proyectó en Madrid el Palacio de la Música, uno de sus primeros vínculos con el cine. Además poseía vínculos familiares en la gerencia de la empresa Sagarra, que financió la construcción del Cine de la Ópera de Madrid, y de la SAGE

(Sociedad Anónima General de Espectáculos). Su éxito y reconocimiento en el mercado cinematográfico español lo obtuvo con la distribución en exclusiva desde 1926 hasta 1932 de los productos de la marca alemana UFA. Durante la II República española los films que más beneficios le reportaron fueron los de la firma alemana Cine-Allianz, una empresa de capital judío que fue forzada a trasladarse por el nazismo. Saturnino Ulargui tuvo una importante participación en la producción de *La canción del día/ Spanish Eyes* de Edgar Neville (1929), la primera película hablada en español, financiada por un convenio anglo-sajón entre la BIP y la UFA y rodada en Inglaterra, y en *Vidas rotas* de Eusebio Fernández Ardavín (1935), producción de Inca Films. Sin embargo, es en 1935 cuando se lanzó definitivamente a la producción de films, un trabajo que combinaría con la distribución. Sus producciones más destacadas fueron *El malvado carabel* de Edgar Neville (1935) y *María de la O* de Francisco Elías (1936), esta última estrenada después de la Guerra Civil.

Atlantic Films también comenzó su andadura en la industria cinematográfica española a través de la distribución de films, destacando la comercialización en exclusiva de los productos de la 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* de Edgar Neville (1936). La tarea de producción de films no les impidió mantenerse entre las cuatro distribuidoras que más estrenos colocaron en los cines de Madrid durante la II República.

Se constata que 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:

*“[...] 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 esfuerzo [...]”*²¹.

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

²¹ LAGRAVA, P. “Afluencia de capitales a la industria española”. Revista *Cine Sparta*, Madrid, nº 31 (1936), p. 1.

incipiente industria cinematográfica. 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.

5.- LA DISTRIBUCIÓN EN CIFRAS²².

Todo lo expuesto hasta el momento en relación con el contexto y las características del mercado cinematográfico español durante la II República, se constata atendiendo a los números reales de la distribución en España entre 1934 y 1936.

En 1934:

- Número total de películas estrenadas en Madrid: 381. Norteamericanas (214), francesas (51) inglesas y alemanas (75 aproximadamente), españolas (21), argentinas y mexicanas (170), austríacas (1) y checoslovaca (1).

- Número de películas de estreno en Madrid según la distribuidora entre septiembre y diciembre: 121. Filmófono (13), Warner Bros (11), Hispano Fox Film (11), Cifesa (10), Metro Goldwyn Meyer (10), Paramount (8), Artistas Asociados (5), Hispano American Film (5), Ufilms (4), Atlantic Films (4), Febrer y Blay (3), Viñals (3), Alianza C. 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 1935:

²² MONTAGUD, F. op. cit., nº 1-29. Las cifras que se presentan son aproximadas, pues existen ciertos datos contradictorios y en algunos 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 1934 y 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, un dato esencial para imaginarnos el beneficio que podían obtener de los films. 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.

- Número total de películas estrenadas en Madrid: 519. Norteamericanas (245), alemanas y austríacas (48), francesas (44) inglesas (22), españolas (23), producciones españolas en Norteamérica (7) argentinas (7) y mexicanas (2), rusas (2), polacas (1).

- Número de películas de estrenos en Madrid según la distribuidora: Hispano Fox Film (43), Metro Goldwyn Meyer (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 C. Española (10), Febrer y Blay (8), Exclusivas Diana (6), Carlos Stella (5), Castilla Film (4), Viñals (3), Selecciones Capitolio (3), Riesgo Film (3), 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), Iberica Film (1), Cinamond Film (1), R. J. Cinamond (1), Juan Debros (1), Metropol Film (1), Polonia Film (1), World Wide (1), Cinaes (1), Vita Films (1), Selecciones Mavi (1), Sais Films (1), Albatos Films (1), Exclusivas Triana (1), Films Raza (1) y Gráfica Film (1).

En 1936:

- Número total de películas estrenadas en Madrid: 223. Para los estrenos de 1936 no se incluyó un cálculo exacto de las películas según su procedencia. Sin embargo, un 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 en las salas aproximadamente, seguido por el cine europeo, especialmente inglés y francés. El cine español cada vez es más protagonista, tanto en número de películas estrenadas como en número de días que se mantiene en proyección.

- Número de películas de estrenos en Madrid según la distribuidora: Hispano Fox Film (23), Metro Goldwyn Meyer (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 C. 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) y Hércules Films (1).

Es cierto que durante la II República Española el cine español experimentó un crecimiento cuantitativo muy destacable, acompañado de una evidente conexión con los gustos del público español. Además se produjo un desarrollo estable y continuado de las infraestructuras necesarias para la creación de una industria cinematográfica fuerte. Sin embargo, la versión que ofrecen las estadísticas de la prensa es clara: las *majors* norteamericanas dominaron claramente el comercio de

cine español. Sus producciones coparon las pantallas nacionales y fueron sus filiales quienes se encargaron de distribuir las por nuestro país.