



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 11º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - **Universidad de La Laguna** 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Investigación

### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Pérez Rufi, José Patricio (2008): "La información cinematográfica en el diario sevillano *El Liberal*, en 1929", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 140 a 150. La Laguna: Universidad de La Laguna, en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/13\\_20\\_Perez\\_Rufi.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/13_20_Perez_Rufi.html).

[**Revisor:** El artículo hace un retrato exhaustivo de la información cinematográfica en el diario *El Liberal* y permite conocer un tema que resultará interesante para los investigadores de este campo. El autor emplea una metodología adecuada y destaca el rigor y la claridad en el desarrollo del trabajo. Además, aporta datos interesantes que adquieren un valor especial por las características de las fuentes consultadas, un contenido que se enriquece con las conclusiones que aporta.– **Xosé Soengas**, Catedrático de Comunicación Audiovisual Universidad de Santiago de Compostela, USC.]

## La información cinematográfica en el diario sevillano *El Liberal*, en 1929

### The cinematographic information in the sevillian journal *El Liberal*, in 1929

Artículo recibido el 26 de febrero de 2008. Sometido a pre-revisión el 26 de febrero de 2008. Enviado a revisión el 28 de febrero de 2008. Aceptado el 29 de febrero de 2008. Galeradas telemáticas a disposición del autor el 29 de febrero de 2008. Vº Bº del autor el 2 de marzo de 2008. Publicado el 3 de marzo de 2008.

**Dr. José Patricio Pérez Rufi** © [C.V.]

Investigador. Universidad de Sevilla, España

[josepatricioperez@hotmail.com](mailto:josepatricioperez@hotmail.com)

**Resumen:** El siguiente artículo analiza la relación de la prensa local sevillana en el año 1929 con la exhibición cinematográfica. La celebración de la Exposición Iberoamericana sevillana, como evento masivo con una intención divulgativa y propagandística que se servirá por vez primera del cinematógrafo, y el tránsito al sonoro determinan una presencia notable del medio audiovisual en la sociedad y la cultura sevillana del momento. La prensa es utilizada como medio de transmisión de información y de creación de demanda de consumo por los empresarios de una industria cultural, el cine, plenamente consolidada a pesar de su juventud. Atenderemos a los datos ofrecidos a través del diario *El Liberal* de Sevilla durante el año de la celebración de la Exposición Iberoamericana a fin de determinar la relevancia de la exhibición cinematográfica en el desarrollo cultural de la ciudad. **Palabras clave:** Historia del cine – exhibición cinematográfica – historia del periodismo – Sevilla – Exposición Iberoamericana de 1929 cine mudo – cine sonoro – cine en Andalucía – José Laguillo – *El Liberal* – prensa local – publicidad cinematográfica – Star-system.

**Abstract:** This article analyzes the relation of the local Sevillian press in the year 1929 with the cinematographic exhibition. The celebration of the Latin-American Sevillian Exhibition, as a massive event with a divulgative and propagandistic intention where the cinematograph will be used for the first time, and the transit to the talking movies will determine a notable presence of the cinema in the society and the Sevillian culture of this moment. The press is used as a way to transmit information and to create a demand of consumption by the businessmen of a cultural industry, the cinema, fully consolidated in spite of its youth. We will attend to the information offered in the journal *El Liberal* of Seville during the year of the celebration of the Latin-American Exhibition in order to determine the relevancy of the cinematographic exhibition in the cultural development of the city. **Key**

**Words:** Cinema History – Cinema featuring – Journalism History – Sevilla – Latin-American Exhibition 1929 – silent films – talking films – cinema in Andalusia – José Laguillo – *El Liberal* – local press – Cinema advertising – Star-system.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Método. 3. *El Liberal* en la Sevilla universal del 29. 4. Análisis de contenido: información cinematográfica en *El Liberal*. 4.1. Información sobre salas de exhibición y su programación. 4.2 Publicidad cinematográfica en *El liberal*. 4.3 Artículos e informaciones periodísticas sobre cine. 5. El cine en la exposición iberoamericana de 1929. 6. Conclusiones. 7. Bibliografía. 8. Notas.

**Summary:** 1. Introduction. 2. Method. 3. *El Liberal* in the universal Seville of 1929. 4. Analysis of content: cinematographic information in *El Liberal*. 4.1 Information about movie theatres and billboard. 4.2 Cinematographic advertising in *El Liberal*. 4.3 Articles and journalistic informations about cinema. 5. The cinema in the Latin-American exhibition of 1929. 6. Conclusions. 7. Bibliography. 8. Notes.

## 1. Introducción

El principal objetivo de este estudio es investigar la relación del medio cinematográfico a través de su presencia en una publicación de edición diaria, en este caso *El Liberal*, con la ciudad de Sevilla en un año determinante en su historia, 1929. Tomando origen en un trabajo de campo hemerográfico, los fines que pretendemos alcanzar son relativos a un ámbito de producción periodística muy concreta pero significativos en cuanto a representatividad de las relaciones entre dos medios de comunicación de masas en el primer tercio del siglo XX.

El resultado es pues significativo en cuanto a conclusiones acerca de la intrahistoria de un municipio en su relación con un fenómeno universal y masivo como es el cinematógrafo. Durante el año 1929 se celebra en Sevilla la Exposición Iberoamericana y la ciudad, o al menos así parecer reflejarlo la prensa, vive una celebración que altera la rutina municipal e incrementa el número de eventos y espectáculos y, en definitiva, el acceso público a la cultura. La exaltación de los valores autóctonos y la proyección de Sevilla hacia América como metrópoli de la modernidad, lleva a la población sevillana a reivindicar con orgullo su posición como espacio histórico de encuentro de culturas. A pesar de los problemas políticos y sociales del momento, la capital andaluza ve aumentar su actividad cultural y, consecuentemente, las páginas de los diarios recogen sus diferentes convocatorias y las evaluaciones de aquellas. La exhibición cinematográfica, consolidada desde principios de siglo con salas estables y empresarios pioneros y arriesgados en sus propuestas como don Vicente Lloréns, mantiene una continuidad en su ejercicio, si bien ve sumar a ella las proyecciones vinculadas a la Exposición.

Las dificultades que encontramos en nuestra investigación parten fundamentalmente de las condiciones en que se encuentran las fuentes primarias consultadas. El material dispuesto por la Hemeroteca Municipal de Sevilla en formato de microfichas se halla en un estado apto para su consulta, si bien no es posible acceder a ninguna copia de *El Liberal* perteneciente al día de la inauguración de la Exposición, el 9 de mayo, así como a varios días posteriores. A pesar de ello, el obstáculo no es insalvable y permite llevar a cabo una investigación de documentos históricos reveladora en cuanto a conclusiones acerca de la relación entre industria cultural y ciudadanos.

La prensa local, y ese será nuestro primer punto de partida, deviene un testigo de un momento histórico preciso y determinante en cuanto a las relaciones culturales de la ciudad de Sevilla con el resto de Europa e Ibero América y que recoge el nivel de asentamiento de otro medio de comunicación masivo, el cinematógrafo, en la vida cultural de la metrópoli.

Esta investigación se estima necesaria habida cuenta del carácter extraordinario de su objeto de estudio ante la confluencia de acontecimientos relevantes para la historia local en su relación con el medio cinematográfico. El populismo del cine como medio articulado de un lenguaje accesible a todos los niveles sociales y la preocupación por la divulgación y la educación social encuentran en las muestras que nos atañen un punto de confluencia de donde surgen relaciones que se mantendrán en eventos similares posteriores de un modo eficaz. El audiovisual se integra pues como herramienta de divulgación cultural a partir de este momento.

Otro hecho, y así lo recogerá la prensa de la época, hará de 1929 un año particular dentro de la historia de la cinematografía local: la llegada del sonoro, aunque producida como espectáculo público durante el primer mes de 1930, será anunciado en 1929.

Los estudios acerca de la prensa sevillana de comienzos del siglo XX proceden del ámbito investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sevilla, destacando las aportaciones de Alfonso Braojos, María José Ruiz Acosta o Ramón Reig. Los orígenes de la exhibición y la producción cinematográfica en la capital andaluza son abordados principalmente por Rafael Utrera, Juan Fabián Delgado, Carlos Colón y Mónica Barrientos.

## 2. Método

En esta investigación contextualizaremos en primer lugar brevemente la situación sociopolítica que vive la ciudad en el año 29 y las condiciones y objetivos de los que partía la celebración del encuentro internacional. A continuación llevaremos a cabo un análisis de la información publicada en *El Liberal* relacionada con la cinematografía, para posteriormente atender a la presencia del cine en la Exposición Iberoamericana, como aspecto específico del contexto estudiado.

Nuestra principal fuente será el propio diario sevillano editado durante 1929, documento que nos permite acceder no sólo al contexto histórico y cultural de recepción de los films, sino también, en palabras de Mónica Barrientos (2006b), a la valoración de la importancia concedida al cinematógrafo “desde un marco ajeno a él, midiendo su calado e influencia en el cambiante panorama del divertimento social”. Aunque lo hace referido a los inicios del medio en Sevilla, entre 1896 y 1906, la afirmación es plenamente aplicable a la misma situación casi treinta años después. Así pues, las publicaciones diarias suponen un instrumento de indudable valor testimonial como reflejo de la actividad cinematográfica llevada a cabo en la ciudad o relacionada con los intereses de los lectores locales. Es asimismo un termómetro de las actitudes que suscita el medio cinematográfico en la urbe (Cfr. Sánchez, 2004). Será pues a través de su análisis que tomaremos contacto con el fenómeno cultural analizado.

La prensa de la época, apunta Barrientos (2006b), se caracteriza por aportar una información cinematográfica variada y no sistematizada, hecho que se mantiene en el 29. A partir de las diferentes informaciones y artículos (periodísticos o publicitarios) aparecidos durante este año en *El Liberal* clasificaremos del siguiente modo los contenidos acerca del medio cinematográfico: a) Información acerca de espectáculos (cartelera y programación de eventos en salas de exhibición); b) Promoción y publicidad de locales y films; c) Noticias referentes a la actualidad cinematográfica, opinión y crítica. A estos añadiremos un apartado posterior donde atenderemos a las informaciones específicas que relacionan cine y Exposición Iberoamericana.

### 3. *El Liberal* en la Sevilla universal del 29

La Exposición Iberoamericana de 1929 en Sevilla supuso un hecho sin precedentes en la historia de la ciudad que, si bien no logró sus objetivos de desarrollo socioeconómico, afectó sobremedida al trazado urbanístico de la urbe y legó edificios que se integran hoy día como parte de la Sevilla monumental. Constituye pues un evento de trascendencia notable en el devenir de la metrópoli.

A comienzos de siglo la capital andaluza se encontraba en una difícil situación industrial, atrasada con respecto a otras ciudades organizadoras de muestras universales y ansiaba a través de ésta su crecimiento cultural y económico. Según Rodríguez Bernal (1994:49-50), los objetivos del evento, señalados en la prensa local, fueron

“fijar una meta que obligara a emprender las reformas urbanísticas; el fomento del turismo; la recuperación de la fama de Sevilla; la creación de trabajo y riqueza mientras que durasen las obras; el inicio de una nueva etapa de esplendor que se esperaba obtener (...), anudar nuevos lazos económicos y culturales entre España y América”.

Es necesario añadir otro objetivo que subyace bajo aquellos, la exaltación de los valores de la dictadura de Primo de Rivera como potencia entre los mercados y los gobiernos internacionales a pesar de su decadencia. Ramos Lizana (2001:146 y ss.) afirma que las exposiciones universales se propusieron mostrar las gran público “el estado del mundo dominado por la burguesía occidental, de las ciencias, la Historia y las artes”, si bien el entretenimiento del público se mantenía como un objetivo de primero orden. Erigidas como emblema del triunfo de la burguesía, afirma Ramos, se convierte en una manifestación de la Revolución Industrial. No obstante, la Exposición de Sevilla es difícilmente comparable con otras, ya que “España y menos aún Andalucía, no tenían mucho que aportar desde el punto de vista de la exhibición del industrialismo y el capitalismo”.

A través de la información publicada en los diarios locales conocemos el modo de preparación de la muestra en cada una de sus fases, mostrándose, en ocasiones - señala Ruiz Acosta (1997:222) - “como acicate para la puesta en marcha de los trabajos necesarios; expresando, en otras, los diversos problemas e inconvenientes de todo tipo que se iban planteando”. Merecen ser destacadas las iniciativas de *El Correo de Andalucía* y *El Liberal*: ambos diarios fueron capaces de generar un estado de opinión pública favorable a la celebración de la Exposición (Ruiz Acosta, 1997:225). Esta tendencia se inscribe dentro de la política del diario y de su director de secundar cuanto supusiera una mejora en la infraestructura y en la fisonomía de la ciudad. El diario *El Liberal*, que se definió en todo momento independiente [1], es coherente a partir de la entrada en su dirección de José Laguillo con la postura progresista y a favor de la modernización de la ciudad adoptadas por Laguillo.

## 4. Análisis de contenido: información cinematográfica en *El Liberal*

### 4.1. Información sobre salas de exhibición y su programación

La programación de las salas de Sevilla se inserta en la sección de espectáculos, en realidad dedicada a su promoción bajo la forma de anuncios por palabras. Ello significaría que únicamente podemos acceder a la cartelera de aquellos locales que deciden anunciarse en prensa. Algunos salones aparecen en *El Liberal* de forma muy puntual coincidiendo con el inicio de la temporada, o a través de pequeños módulos de publicidad. En determinadas ocasiones incluso se invita a la sala desde el propio diario a incluir reclamos publicitarios: la semana del 8 al 15 de junio aparece publicada en la cartelera la siguiente línea de texto: “Cine Rosario (Cerro del Águila). Se admiten anuncios”.

La estacionalidad que ha definido la exhibición en Sevilla desde sus orígenes (con salas de invierno y cines de verano) es recogida en la prensa mediante sus cambios de programación. El caluroso verano de Sevilla empuja a salir a la calle de noche y disfrutar de cualquier tipo de espectáculo al aire libre. A diferencia de la temporada de invierno, la frecuencia con que los locales publicitan sus proyecciones disminuye notablemente, con lo cual llegamos incluso a ignorar la existencia de algunas de las

numerosas instalaciones operativas en los distintos barrios de la ciudad durante los meses de estío.

Conocemos la programación de las salas de moda en invierno diariamente. De forma habitual, aparece la cartelera de Teatro Lloréns, Pathé Cinema, Salón Imperial, Teatro Rocío y Cine La Alicantina. De entre estos Lloréns y Pathé son los más presentes tanto en la sección de anuncios de espectáculos como en otros artículos, de donde deducimos su mayor disponibilidad de medios y de ingresos, al hacer posible una inversión en publicidad mayor a la de otras salas. La competencia entre Lloréns y Pathé les lleva a hacer uso de una publicidad que no ahorra en adjetivos positivos a la hora de comentar las excelencias de sus establecimientos y su programa diario. Comentaremos de forma independiente la información ofrecida sobre cada una de las salas comenzando por las de invierno:

1) Teatro Lloréns. Situado en la calle Sierpes, a escasos metros del Pathé y no muy lejano al Teatro Cervantes y al Salón Imperial, se trata de un local histórico regentado por don Vicente Lloréns, periodista, empresario y apasionado del cine. Cuenta con la exclusividad del noticiario *Diario Metro*, proyectado en las dos sesiones habituales (18:00 y 20:30). En Navidad celebra una sesión especial con regalos para niños. El Cuarteto Peralta se ocupa de ambientar musicalmente las cintas mudas.

Además de anunciarse a través de los módulos de texto con el film que será proyectado, incluye esporádicamente poemas que alaban las actividades de la sala y su gerente firmados por Cecilio de Triana, así como críticas e informaciones de actualidad que no dejan de ser promociones más o menos encubiertas, estrategia llevada a cabo igualmente por el Pathé.

En el Lloréns se pronuncian conferencias (8 de mayo, a cargo del Coronel Emilio Herrero) y se representan ocasionalmente otro tipo de espectáculos: la bailarina "Josefina" Baker inauguraría la temporada de invierno el miércoles 2 de octubre. Con la llegada del verano es la primera de las salas en cerrar para desplazar sus actividades al Cine Nevería Universidad.

El Lloréns será pionero en la exhibición de películas sonoras en Sevilla, llevándose a cabo la primera de estas sesiones en enero de 1930, hecho anunciado en la prensa al menos con un mes de antelación, de donde cabe suponer la intención por crear un suspense inusual. Carlos Colón sostiene que la aparición del sonoro en Sevilla es un hecho perteneciente al año 29: "Aunque el acontecimiento tuviera lugar en los primeros días del año 30, el sonoro se puede considerar que aparece en Sevilla en el 29, tanto por ser este el año de su primera presentación experimental como por gestarse en él el definitivo acontecimiento de una sala prevista para su explotación habitual" (en Utrera y Delgado, 1980:18).

2) Pathé Cinema. Ubicado en la calle Cuna, es el preferido por la burguesía y la clase media-alta, o al menos eso pretende la promoción aparecida en prensa. Dispone de dos salas, una más popular y otra denominada la "aristocrática sección vermut" según recoge la publicidad el 6 de octubre. En dicha sala la Asociación de la Prensa celebra una fiesta el 9 de octubre a fin de obtener fondos con el estreno de *El barbero de Sevilla*:

"La Asociación de la Prensa piensa dar en su fiesta en el Pathé Cinema los mayores alicientes, no omitiendo medio alguno para que le público que frecuenta este elegante salón conozca otros artistas de merecido renombre y fama".

La sala proyecta hasta ocho títulos diarios, entre los que se encuentran con exclusividad los noticiarios de la casa Paramount y Fox (*Tintero mágico Paramount* y *Noticiario Fox*). Programa su primera sesión a las 18:30 y la última a las 22:30. Los días 1 y 5 de enero incluye sesiones infantiles a las 16:00 en las que se realizan rifas y concursos. Las proyecciones son acompañadas de la música ejecutada por la Orquesta García Maroto.

Es el último de los cines en concluir su temporada invernal -el 10 de junio-, inaugurando la siguiente el 23 de septiembre.

3) Cine La Alicantina. Se encuentra situado en la calle Jáuregui. Su modo de presentarse en la programación de films es la más parecida a la actual, indicándose junto al título la estrella que interviene. Podemos inferir con ello que, si bien no posee la notoriedad de las salas del centro, sí posee una programación atractiva con nombres de relieve en el star-system internacional (Greta Garbo, Lon Chaney, Mary Pickford, Chaplin o Harold Lloyd "Gafitas" son algunos de sus protagonistas habituales). La temporada de invierno concluye el 8 de junio para abrir La Alicantina de Verano a continuación. La siguiente temporada se inaugura el 10 de septiembre.

4) Salón Imperial. Se ubica en la calle Laraña, como local pionero en la exhibición cinematográfica junto al Lloréns, el Teatro San Fernando o el Teatro Cervantes, todos ellos propiedad de Vicente Lloréns a partir de 1924. Así, reestrena títulos ya proyectados en el Lloréns. Clausura la temporada de invierno a principios de junio e inaugura la siguiente el 8 de octubre.

5) Teatro Rocío. Se trata de un local de menor categoría que los anteriores dedicado principalmente a reestrenar películas en su mayoría ya proyectadas en el Lloréns, así como el *Magazine Metro*. Exhibe dos títulos diariamente, el primero a las 16:00 y a las 20:30 y el segundo a las 18:00 y a las 22:30. Apenas inserta publicidad en *El Liberal*.

6) Teatro Cervantes. Emplazado en la calle Amor de Dios, es el único de los locales que permanece abierto hasta nuestros días. Dedicado en 1929 fundamentalmente al teatro, espectáculos de variedades y zarzuela, se convierte en cine para proyectar *Partido de fútbol Sevilla-Barcelona* el 11 de enero. Del 12 al 15 de noviembre exhibió junto a un espectáculo de variedades musicales el título *Revista fascista italiana*. Imperio Argentina incluyó junto a sus actuaciones la proyección de *Venganza de amor* y *La hermana San Sulpicio* durante la semana del 6 de diciembre.

7) Cine El Porvenir: Acerca de este cine de barrio, situado en la calle Gaspar Alonso, no disponemos más información que un artículo publicitario editado el 13 de diciembre, en el que se anuncia su puesta en marcha:

“Los cines de los barrios. El del Porvenir. Los vecinos del barrio del Porvenir cuentan desde el domingo con un salón espectáculo digno de la importancia de aquella barriada. El amigo Taléns ha dirigido la instalación del mismo y cuantos lo han visto dicen que es digno de que estuviera en la calle Sierpes.

No ha omitido gasto alguno y se han cuidado todos los detalles. Actualmente se está montando la calefacción, cosa de la que carecen algunos teatros y salones céntricos. Para la espera cuenta el público con un magnífico ambigú.

El programa de películas es cada día mejor y más variado (...) Está instalado en un amplio local de la calle Gaspar Alonso. Los precios están al alcance de todos”.

8) Cine Oriente (Morón de la Frontera): Es el único local no localizado en el municipio de Sevilla de cuya inauguración se informa, el 12 de octubre:

“hermano gemelo del precioso cine-jardín que con idéntico nombre ha venido funcionando hasta hace pocos días en Sevilla. El padre de la criatura, el simpático empresario Carlos Lucenilla, y su compañero el competente señor García, que han conseguido durante el verano un éxito asombroso con el Cine Oriente, lo trasladan ahora a Morón, al bonito local del antiguo Cine Pascual (...)”.

El número de locales dedicados a la exhibición cinematográfica aumenta en verano mediante las populares terrazas al aire libre que congregan a vecinos de un modo más distendido que en invierno y donde el visionado de los films se acompaña del consumo de bebidas y comidas. Rafael Utrera (1980:81) hace un retrato sociológico de su audiencia perfectamente aplicable al contexto histórico estudiado:

“Frente a un público indeterminado y heterogéneo en las salas usuales, las de verano acogen a un alto tanto por ciento de vecindario, asiduo fiel al espectáculo, para quien las excelencias del film o su proyección no son valores a tener en cuenta. Estamos, pues, ante una modalidad de la exhibición que, aun sin pretenderla exclusiva de Andalucía, le es muy característica”.

Los cines de veranos suelen reestrenar cintas ya exhibidas durante el invierno, si bien en ocasiones hallamos títulos inéditos en la cartelera sevillana. La mayor dificultad en la recopilación de informaciones acerca de dichos locales procede de su escasa presencia en la sección de espectáculos. Si bien determinadas terrazas publicitan su oferta de ocio diariamente, respecto a otras sólo se informa de su apertura al comienzo de la temporada. El diario dirigido por José Laguillo recoge informaciones acerca de los siguientes cines de verano:

1) Cine Nevería San Luis. Situado en la calle San Luis, es el primero de los cines de verano en iniciar su temporada (el 18 de mayo). Se anuncia como “el mejor y más amplio local de Sevilla”, pese a lo cual su presencia publicitaria es más bien escasa. A partir de 1932 adaptaría sus instalaciones para abrir también en invierno.

El día de su inauguración proyecta *La estrella del circo Wolson* y la “película cómica en dos partes” *Un millón por un sombrero*.

2) Cine Nevería Universidad. De presencia regular en la sección de espectáculos, se trata del local descubierto dispuesto por el Teatro Lloréns para mantener durante el verano la exhibición de películas. Inaugura su temporada el 2 de junio, de forma inmediata al cierre del Lloréns. Emite el *Diario Metro* al comienzo de sus sesiones y ambienta musicalmente sus proyecciones con las interpretaciones del Cuarteto Peralta. A partir de las páginas de *El Liberal* no podemos contrastar el funcionamiento simultáneo de ambos locales: el anuncio de la actuación de Josephine Baker coincide con la desaparición de la programación de la terraza.

3) Teatro Portela, “el de los jazmines”. Inicia sus proyecciones el 8 de junio y reestrena cintas mostradas con anterioridad en el Teatro Lloréns. Busca “la reunión de la buena sociedad” y establece en 40 céntimos el precio por espectador.

4) Cine de La Huerta. Comienza la temporada el 2 de junio y apenas anuncia sus actividades en el diario sevillano. Reestrena títulos exhibidos en el Teatro Portela como *El águila solitaria* o *Lluvia de hijos*.

5) Cine Rosario. Cine de verano del barrio Cerro del Águila. A pesar de que la semana del 8 de junio el diario solicitara la inclusión de publicidad en sus páginas, la ausencia de cualquier tipo de información acerca de la terraza desvela la nula efectividad del reclamo. De esta forma, no disponemos de más datos acerca de su programación o servicios ofertados.

6) Cine La Alicantina de Verano. Se sitúa en la calle Primitivo, a escasos metros de la sala de invierno del mismo nombre. Inaugura su temporada de verano con la proyección de la cinta *Perdida en París* “con Bebé Daniels”, el

7) Cine Nevería San Lorenzo. La publicidad permanente a lo largo de todo el verano nos hace inferir una situación económica superior a la del resto de salas. Cuenta así mismo con la actuación de la Orquesta Oliveras en la ambientación musical de las películas. Anuncia la apertura de sus puertas el 19 de junio “con la gran superproducción de la Metro Goldwyn Mayer *Mr. Wu*. Por Lon Chaney, el hombre de las mil caras”. Será la última terraza en clausurar su temporada, el 7 de octubre.

8) Cine Nevería Ciudad Jardín. La publicidad que adelanta su apertura lo califica de “Restaurant” con “cubiertos económicos y servicio a la carta”, de donde podemos concluir que su atención prioritaria a los servicios de hostelería convierte a la exhibición cinematográfica en una actividad secundaria.

9) Cine Heliópolis. Se anuncia como “cine al aire libre. Hoteles del Guadalquivir. Todas las noches programa variado”. Se anuncia por primera vez en las páginas de *El Liberal* el 14 de agosto y sus proyecciones cuentan con el acompañamiento musical de la Orquesta Steiner. Al tratarse del local más alejado del centro de la urbe dispone de un servicio de autobús que realiza su trayectoria desde el Banco de España, a un precio de una peseta ida y vuelta.

No debemos olvidar que la Exposición Iberoamericana a través de sus diferentes pabellones también hizo uso de las proyecciones nocturnas durante los meses de estío, lo que sumado a los cines de verano tradicionales nos muestra una extraordinaria actividad en la exhibición cinematográfica durante los meses estivales, no como acontecimientos de recepción multitudinaria pero sí como imprescindible oferta de ocio y encuentro social en la ciudad.

En cuanto a la programación de las salas, tanto en verano como en invierno, debemos destacar la preeminencia del cine extranjero por encima del español. El star-system hollywoodense es bien conocido en Sevilla y se utiliza como reclamo publicitario eficaz [2]. No obstante, el naciente estrellato del cine español también supone un motivo atractivo para el público, en especial las producciones realizadas por Imperio Argentina y Benito Perojo.

La búsqueda de la industria de un público burgués se refleja no sólo en la mención a éste desde los propios anuncios de las salas, sino también en la selección de títulos que serán exhibidos y que remiten a adaptaciones de obras literarias, operísticas (recordemos la proyección de *El barbero de Sevilla* a beneficio de la Sociedad de la Prensa) y teatrales, así como la representación de acontecimientos históricos, obras todas ellas con una intención de trascender como espectáculo culto dispuesto para su recepción por la alta sociedad.

Otro aspecto que también debemos subrayar es la escasa duración en la cartelera de los títulos. Incluso los más promocionados no permanecen más de una semana en cartel. Los circuitos de distribución y los reestrenos consecutivos en función de la categoría del local, así como la necesidad de renovar la oferta justificarían la brevedad del mantenimiento de las cintas en cada sala.

## 4. 2 Publicidad cinematográfica en *El liberal*

En 1929 la producción, la distribución y la exhibición cinematográfica suponen ya partes de una industria consolidada inscrita en el mercado capitalista tradicional basado en el sistema de oferta y demanda. Pese a su indudable interés y objetivo cultural, el cine es un producto que se ofrece para su consumo masivo. Consecuentemente, los empresarios vinculados en su comercialización harán de él un producto atractivo para el gran público y le crearán una necesidad de consumo a través de la publicidad. En *El Liberal* los diferentes modos de publicitar un film o una sala son variados y no difieren prácticamente de los medios empleados actualmente a través de la prensa escrita. Los formatos publicitarios, o informativos con una intención promocional, son los siguientes:

### 1) Sección de espectáculos.

Esta sección se asemeja a las páginas de anuncios por palabras antes que a una sección de transmisión de información cultural. Aparece diariamente en la página 2 y en ella sólo se encuentran aquellos locales que desean invertir en publicidad. Pathé y Lloréns ofrecen en sus líneas de texto una información detallada en cuanto a horario de sesiones, mientras que otros locales sólo indican la hora de su apertura. La Alicantina se sirve del nombre de la estrella del film, utilizando el prestigio y el atractivo de ésta como principal reclamo.

### 2) Publicidad por módulos.

Eventualmente, las páginas 2 y 3 de *El Liberal* recogen ilustraciones o reproducciones de carteles, textos amplios y eslóganes contundentes en sintonía con la publicidad de otros productos de consumo masivo.

La presencia de la estrella en el film supone uno de los principales argumentos persuasivos. El 9 de enero se anuncia *Corazones sin rumbo* de Benito Perojo siendo Imperio Argentina denominada “gloria de la producción nacional”.



El estreno de *La mujer divina*, con Greta Garbo, el 21 de febrero empleará una proporción más grande para su promoción en *El Liberal*. El día siguiente se publicará un artículo de opinión bastante insólito que comentaremos posteriormente.

La caricatura de Harold Lloyd "Gafitas" aparecerá en huecograbado en blanco y negro, en el formato habitual de los anuncios de títulos más promocionados (dos columnas por tres módulos).

La productora del film se utiliza como referente de prestigio en otros anuncios. De *Oriente* se incide en que se trata de una "colosal película MGM", así como de *Un caballero en París* se destaca a su protagonista, Adolphe Menjou y al estudio Paramount Picture.

La espectacularidad de las imágenes y de la tecnología serán factores a los que también atenderá la publicidad. El 15 de noviembre se publica un anuncio del film *El vikingo*, del cual se comenta que "causará la admiración de toda Sevilla. Porque está toda en color y tiene ocho partes". El estreno de *Napoleón* de Abel Gance, el 12 de marzo, es presentado "con la modernísima innovación del tríptico (triple pantalla), orquesta reforzada".

La referencia a títulos de éxito también será una opción publicitaria habitual: *El infierno del amor* pone en escena un "ambiente ruso", así como "carreras de caballo en trineo que en nada desmerecen de las famosas de Ben-Hur".

Ocasionalmente se utilizan los módulos de publicidad, en una proporción de menor tamaño, para publicar durante una serie de días consecutivos un título con cierta antelación a su estreno. Se pretende con ello crear una expectación en el espectador potencial.

En los comienzos de la temporada de invierno 1929, Lloréns y Pathé parecen competir durante la primera semana con el anuncio anticipado de *El capitán látigo*, en el primer local, y *Caras olvidadas*, en el segundo.

Otros títulos publicitados con una antelación inusual son *Yo quiero un millonario* (noviembre) y *El payaso y sus hijitos* (diciembre), ambos en el Lloréns.

### 3) Críticas ("Teatro y cine").

La sección "Teatro y cine" simula ser un apartado de crítica cinematográfica y teatral, si bien en realidad presenta artículos promocionales que comentan todas las obras de un modo muy positivo empleando adjetivos que alaban sus excelencias. Dichos textos centran su atención en las cualidades de las estrellas, como principales garantes de la calidad de un film. Con respecto al film *Un caballero de París* se afirma de Adolphe Menjou que se trata de "el sucesor de Max Linder". Brigitte Helm, actriz de *Mandrágora*, merece estos calificativos: "todo el interés de esta película gira en torno a su irreprochable exquisitez sensitiva, cautivando al numerosísimo público que acudió al Pathé para admirar este acertado estreno". Acerca de *La vida de Elena Troya* (2 de enero) se comentan "las nuevas modalidades de la moda" y el refinado gusto de sus actrices a la hora de vestir, pese a que se trata de la recreación de un contexto pasado.

Sobre *¡Wolga! ¡Wolga!*, película rusa de Stenka Rozine, se destaca su "gran realismo, que en momentos alcanza el máximo de intensidad y crudeza, que fue acogida por el público todo lo bien que se esperaba".

En la producción ya comentada *Corazones sin rumbo* se justifica su libre adaptación con respecto a la obra en que se basa, ya que "adaptar a la pantalla una obra literaria, siguiéndola paso a paso, es caer en el imperdonable defecto de hacerla insoportable". Se ejerce así una valoración crítica referente a las relaciones intertextuales entre discursos de diferente naturaleza.

El comentario sobre *La bailarina de la ópera* es utilizado como forma de crítica al régimen dictatorial: la producción "ha pasado por largas vicisitudes de censura hasta eliminar aquellas escenas que se estiman peligrosas en el aspecto gubernativo", pese a lo cual "se considera prodigiosa", como no podía ser de otro modo.

### 4) Poesía publicitaria.

Supone el modo de promoción menos frecuente y más creativo. Reproducimos dos poemas firmados por Cecilio de Triana para dos estrenos en el Teatro Lloréns:

#### LOOPING THE LOOP

El público irá en tropel  
a este tremendo derroche  
de "arte mudo" que hay en el  
Teatro Llorens esta noche (...)  
a ese film que a Llorens viene  
tan sugestivo que tiene  
la fuerza de una canción "krup"

y harán que el cine se llene  
para ver “Lúpín de lúp” .

EL “CINE SONORO” - Los 25.000 duros y la “Estatua de Don Vicente”

¡Pues hay más! , A peso de oro  
con don Vicente, para Enero,  
¡sin fijarse en el dinero  
nos dará el “cine sonoro”!  
¡Lo más perfecto y mejor!  
¡Un prodigio de arte “chic” ,  
que la “Western Electric  
Company , de Nueva York” , con éxito atronador  
creó. Por cruzar las manos  
piden “dólares” a millares  
al que en traerle se obceque ...  
¡¡pues ya Llorens firmó un cheque  
de dieciocho mil dólares!! ...  
¡Y CINE SONORO habrá  
gracias al gran empresario,  
generoso y temerario.  
Que al público da! ...  
Por eso Sevilla está  
pensando hacerle también  
justo homenaje. Y sé bien  
que, sin que la idea sea fatua,  
¡ya se habla de la estatua  
de don Vicente Llorens!

### 4.3 Artículos e informaciones periodísticas sobre cine

Con cierta regularidad encontramos artículos que comentan aspectos relacionados con la cinematografía bajo diferentes títulos. A pesar de que el número de textos tiende a ser escaso, sí es posible inferir al menos un interés por el mundo del cine desde las páginas de *El Liberal*. Las secciones dedicadas a este tipo de información son las siguientes:

**1) “Teatro y cine”:** se trata de las críticas y comentarios positivos a producciones concretas ya comentadas en el apartado anterior.

**2) “Por el mundo del cine”.**

Los textos publicados bajo este título se centran en los aspectos más frívolos e intrascendentes relacionados con las estrellas de Hollywood, la mayor parte de ellos de una veracidad discutible. Citamos algunos de los más representativos.

- “El peluquero y el cinema” (19 de febrero): “Preparar una peluca es un arte en sí mismo y constituye un problema para el fabricante de pelucas”. Con términos elogiosos, el artículo destaca la labor del peluquero en cualquier producción cinematográfica, señalando varios ejemplos.

- “¿Quién es quién?” (24 de abril): “Al parecer, los días del empresario y primer actor, en otro tiempo combinación usual en el teatro, están reviviendo en el mundo cinematográfico”. El artículo destaca el ejercicio de aquellos actores que también dirigen sus films: Búster Keaton, Raoul Walsh, Chaplin, Von Stroheim o Lionel Barrymore.

- “Novarro en los mares del Sur” (15 de mayo). Informa del rodaje de un film de corte romántico por parte del actor español Ramón Novarro.

- “Un ídolo de Francia en Hollywood” (27 de agosto). Relata la llegada de Maurice Chevalier a Hollywood y su recepción masiva como intérprete musical de éxito.

- “Anecdótico” (29 de agosto). Hace mención a un hecho relacionado con Greta Garbo, que hubo de limpiarse los zapatos a la entrada de un estudio por imposición de un portero que no la reconoció.

- “¿La vida del colegio o el colegio de la vida? (13 de septiembre). El autor del texto afirma que Cecil B. De Mille o Conrad Angel poseen una diplomatura universitaria. En el caso de De Mille se incide en la necesidad de la inteligencia para triunfar en el mundo del cine.

- “Los estudios cinematográficos constituyen el moderno santuario de los viejos aventureros, la tierra soñada de los guerreros



que cayeron sobre el escudo” (29 de septiembre).

- “Hoy por hoy, las estrellas del firmamento cinematográfico se llevan las horas muertas inventando ensaladas y sándwiches ligeros y apetitosos por vía del almuerzo” (3 de noviembre).

- “El centro más cosmopolita del mundo” (3 de noviembre). Comenta la procedencia de los artistas de Hollywood, en buena parte europea. De entre estos, llega a la conclusión de que la sangre escocesa es la primera de la lista de los más presentes”.

- “La filosofía de Marie Dressler” (9 de noviembre). La actriz sostiene que “es la plenitud del amor y no de las riquezas lo que hace placentera la vida”.

- “Una visión de Hollywood” (14 de noviembre). El autor del texto describe el glamour desprendido por las estrellas de cine en los estrenos, el ajetreo de los estudios, el lujo de los restaurantes y la enorme competencia de los profesionales: “En apariencia, Hollywood es todo alegría y despreocupación, pero en realidad se nota un gran interés por el trabajo, una voluntad por aprender cada día más”.

- “El distinguido Lewis Stone” (9 de diciembre), donde se informa acerca de la distinguida vida del actor “elegante y aristocrático” y su afición por los deportes acuáticos.

- “La vegetación capilar” (21 de diciembre), sobre la frecuencia de los rostros con barba en la industria cinematográfica.

### 3) Noticias o informaciones referentes a la industria cinematográfica.

De forma muy puntal la publicación dirigida por Laguillo informó de eventos más ligados a la actualidad, si bien varios de estos artículos podrían haber aparecido dentro de la sección “Por el mundo del cine” habida cuenta de su trivialidad. Ofrecemos a continuación una breve referencia de cada uno de los artículos publicados en el mismo formato que otras noticias.

- “Las montañas hechas en los Estudios Fox para la producción de *Los amores de Carmen*” (17 de enero). Informa acerca del enorme esfuerzo de producción realizado para el film de Raoul Walsh con Dolores del Río para a continuación señalar su estreno en el Lloréns el día 21.

- “Charlot Chaplin gravemente enfermo por una intoxicación” (27 de febrero).

- El 6 de septiembre se incluye un texto que comunica las intenciones del gobierno de crear una cinematografía nacional, para lo cual habrá de incrementar los impuestos en la exhibición:

“El ministro del Trabajo tiene el propósito de llevar a Consejo, en unión del de Economía, la realización de un importante proyecto que se refiere a la creación de la cinematografía nacional. Espera con ello que en breve tiempo España pueda poseer una industria similar a las del extranjero (...)

A este efecto, todas las películas que se proyecten en España tendrán dos impuestos: uno que se acomodará al número de metros de la película y a la importancia de la misma, y otro que se referirá a las proyecciones como espectáculo público”.

- “Sesiones cinematográficas para perros, extraído de la revista *Le journal de Gêneve*” (10 de noviembre). En este artículo se relata una función cinematográfica dedicada exclusivamente a perros de raza. La primera cinta proyectada fue un documental sobre perros de circo que “fue contemplado por el público con una mezcla de atención y desinterés”. La segunda, protagonizada por Charlot con Rintintín “provocó una larga serie de ladridos aprobadores. Pero el éxito fue cuando en una película de cacería tres perros de caza se abalanzaron sobre la tela, en la que salía un ciervo”.

- “El teatro y el cine sonoro” (10 de noviembre). El teatro reacciona ante la amenaza que supone el cine sonoro como competidor en disciplinas artísticas cada vez más semejantes:

“En la Junta extraordinaria celebrada por la Sociedad de Autores el maestro Luna indica la conveniencia de solicitar de los Poderes Públicos protección contra la competencia que hace al teatro la nueva modalidad del cine (...) La Asamblea toma en consideración la propuesta del maestro Luna y se levanta la sesión”.

**4) Artículos de opinión.** Aunque los géneros periodísticos no tienen una clara delimitación en *El Liberal* y contenidos de índole informativa concluyen con una valoración personal manifiesta del autor del texto, es posible determinar qué tipo de textos pertenecen al género de opinión. Los relacionados con cuestiones cinematográficas son los siguientes:

- “Manifiesto contra Greta Garbo (Juicio final de Greta Garbo)” (22 de febrero): Encontramos en primera página un artículo de opinión firmado por R. Perlán en el que amonesta al lector por venerar a la actriz, de la que espera “que no salga con vida debajo de las ruedas de Sue Carol, de Oliver Borden o de Rally Plipps”. A raíz del estreno de un film de la estrella, Perlán manifiesta su oposición a la tentación “diabólica” que constituye.

- “La virtud cinemática” (1 de octubre), donde se destaca la función del cinematógrafo como extensión de las facultades propias

de la visión.

“Hoy el cine es un poderoso medio de educación y, por tanto, de elevación moral. Contribuye a la difusión de la cultura sirviéndose de la imagen, que es un lenguaje universal (...)

La visualidad activa de esta iconografía, prolongando la sensación de la retina, y aún de la memoria, facúltale de modo poderoso para la conquista que ha realizado y para la que aún tiene que realizar”.

- “¿Qué es la atracción sexual?” (27 de noviembre). La artista de cine Estelle Brody firma un artículo en el cual justifica la elección entre diferentes opciones de ocio en función de la atracción creada: “cuando vamos a cualquier teatro o al cine, instintivamente elegimos a determinados intérpretes”.

### 5) Artículos que relacionan directamente la cinematografía con la ciudad de Sevilla.

Los artículos que tratan de forma específica asuntos locales relacionados con la industria del cine son muy escasos y por ello resultan de un indudable valor histórico. Es el caso del texto que informa del rodaje de una película en la ciudad el 25 de enero. Titulado “¡Allá películas!: Sevilla de pandereta y el flamenco con el bigote a lo Charlot”, su autor denuncia desde la primera página el “topiquismo” de la escena, rodada por unos ingleses entre el Callejón del Agua y el Patio de Banderas. En la secuencia unas mujeres vestidas de gitanas coquetean con un “flamenco con el bigotito a lo Charlot”. El autor afirma que

“no se ponen barreras para dejarnos en ridículo y que convendría que la autoridad interviniera y designara a un artista de reconocida competencia para que acompañara a cuantos pelicularos llegan a Sevilla a hacer panderetas y les prohibiera esos atentados al buen gusto. Si los encargados de que a Sevilla se le ponga en ridículo no hacen nada ... ¡allá películas!”.

Bajo la forma del género de la crónica de sociedad se informa acerca de la presencia de estrellas españolas como la Bella Dorita y Margarita Xirgu, con sus respectivas compañías de teatro, durante la Feria de Abril. La visita de mayor repercusión en el rotativo fue la de Imperio Argentina el 6 de diciembre, que actuó con gran éxito de público en el Cine Cervantes, “a pesar de lo inclemente del tiempo”. Según el autor, la artista

“deleitó tras la proyección de *Venganza de amor* al concurso con una excelente interpretación de canciones escogidas. Estaba presente con lujoso vestuario y rico decorado de tonos discretos.

Para corresponder al cariñoso y justo homenaje del público, la artista cantó fuera de programa otros que se premiaron con repetidas ovaciones”.

Mención aparte merece la narración de un suceso acaecido el 10 de febrero titulada “La película de esta madrugada”, en la que los hechos se describen como si de un relato fílmico se tratara. Dos mujeres fueron secuestradas y “pidieron socorro desde un automóvil, los guardias disparan y toman otro auto para detener a los ocupantes del primero”. Finalmente, resultó que las secuestradas eran las novias de los secuestradores y trataban de impedir la detención por la policía. El caso únicamente podía ser comparado con un argumento cinematográfico a los ojos del periodista.

La atención dispensada a los eventos relacionados con la cinematografía queda pues manifiesta a partir de la frecuencia con que diferentes textos (en número, en género y en forma) aparecen en la publicación. Sin embargo, su director, José Laguillo, no muestra una actitud favorable al medio, o al menos crítica con dureza la degradación a la que le lleva su vocación comercial y masiva. En un artículo aparecido el 10 de marzo de 1923 Laguillo (en Braojos y Ruiz, 2000:117 y ss.) afirma:

“La cinematografía (...) denuncia hoy una lamentable declinación, si no hacia una decadencia ruinosa, que esto no puede ser por la gran potencialidad que contiene, por lo menos hacia una desvirtuación y perversión en sus fines, origen de que ha perdido algo de su virtud social (...) Lo que sucede con el cine es que su inmenso desarrollo lo ha industrializado, y, al industrializarse, con el espíritu de empresa, lo que ha ganado en difusión y en extensión lo ha perdido en virtualidad y eficiencia docente, aun cuando parece compatible en la pantalla la atracción recreativa, deleite de los ojos y de los sentidos y esa otra delectación espiritual que eleva el alma y complace a los sentimientos más nobles de la naturaleza humana”.

## 5. El cine en la Exposición Iberoamericana de 1929

Las proyecciones fílmicas suponen un medio habitual de promoción de las mejores cualidades de los países representados en la Exposición. Ramos Lizana (2001:150) señala que el cine colaboró en las exposiciones universales al entretenimiento y la sorpresa del público antes que a la consecución de nuevos conocimientos. Así, “las exposiciones universales colaboraron notablemente a la popularización del cine y a su aceptación académica al final de un periplo hacia su reconocimiento social”. De esta forma llegan a la ciudad documentos e innovaciones técnicas en el campo de la exhibición que de otro modo no habrían sido accesibles para los sevillanos.

Debemos destacar en este sentido la labor del Pabellón de los Estados Unidos en la divulgación de contenidos a través de recursos audiovisuales. En el programa de actividades de la muestra publicada el 23 de mayo se comunica que “desde las siete de la tarde hasta las nueve de la noche la banda de orquestación amenizará una función cinematográfica de gala en el teatro comprendido en los pabellones de Estados Unidos”. Más adelante las proyecciones comenzarán a partir de las 15:30.

Con motivo del día nacional de los Estados Unidos, el 4 de julio, se anuncia antes de los fuegos artificiales una sección de cine “funcionando un altavoz, por el que se darán a conocer históricos detalles de aquella fecha memorable del 4 de julio”. Aunque no se hace mención expresa a ello podríamos interpretar esta presencia de un monitor de audio como una temprana muestra de algún sistema de cine sonoro en la capital andaluza.

La información más detallada acerca de las actividades del pabellón norteamericano relacionadas con el cine aparece en *El Liberal* el 13 de julio:

“Uno de los edificios es un salón de cinematógrafo con capacidad para 350 personas cómodamente sentados y equipado con las instalaciones más modernas en todos los detalles. En este edificio se proyectan regularmente programas de cine que dan a conocer distintas fases de las actividades del Gobierno, que no pueden demostrarse bien por medio de exhibiciones fijas tal como son: faenas agrícolas, proyectos de riesgos, aprovechamiento de tierras, construcciones de carreteras, etc. También forman parte de estos programas varias películas ilustrativas de las distintas operaciones en las industrias más importantes. Además de las películas mencionadas se han obtenido, mediante la cooperación de los productores y distribuidores de películas de los EE.UU., algunas cintas históricas en las que se retrata la historia y desarrollo de Norteamérica”.

El Pabellón de Argentina proyecta con regularidad cintas acerca de costumbres argentinas y paisajes característicos. La entrada es libre y gratuita y el horario de exhibición de 19 a 21, adelantado en invierno de 16 a 18.

A partir del 11 de julio se anuncia en la Avenida de Portugal cine al aire libre desde las 22 horas en adelante, variando su horario en invierno de 18 a 20. Durante la semana de Portugal se dobla el número de sesiones.

De forma paralela a la estacionalidad cultural de Sevilla, el número de proyecciones al aire libre aumenta en verano. Brasil se suma a los países que exhiben cine el 3 de agosto, con sesiones a partir de las 21, si bien no hay una continuidad en dichas actividades. Del mismo modo, el Casino de la Exposición programa el film *Marrueco en paz* el 5 de julio a las 23:00.

El último de los pabellones en utilizar el medio cinematográfico es el del Chile, a partir del 20 de octubre, con motivo de su semana de festejos:

“Hoy domingo se exhibirá en el salón-teatro del Pabellón de Chile, desde las 10 de la noche, un interesante programa de películas, entre ellas *Sábado inglés* y *La mina más grande del mundo*. La entrada para el público será libre”.

No fueron éstas las únicas actividades relacionadas con la cinematografía en la Exposición Iberoamericana, pero sí las que recoge en cualquiera de sus diferentes secciones el diario *El Liberal* [3]. En cualquier caso, sí podemos concluir que la exhibición cinematográfica, y así parece confirmar su uso en la muestra, resulta un elemento válido de transmisión cultural y de persuasión publicitaria con fines turísticos.

## 6. Conclusiones

Las principales conclusiones que aporta nuestra investigación confirman algunas de las hipótesis anteriormente expuestas. A pesar de haber limitado el objeto de estudio a una sola publicación diaria local durante un único año, podemos determinar con precisión algunas constantes en la relación de los ciudadanos de Sevilla con el medio cinematográfico.

En primer lugar confirmaremos la consolidación de la exhibición pública en locales permanentes, tanto en invierno como en verano. Lejanos ya los tiempos de las primeras proyecciones en cafés y teatros acondicionados especialmente para eventos muy concretos, los salones cuentan con la asistencia de público de forma regular en función de su nivel social. Así, hallamos que locales del centro como el Teatro Lloréns o el Pathé Cinema son visitados por las clases más pudientes (en secciones exclusivas como la denominada “vermut”), mientras que las clases más populares acuden a las salas de barrio o de reestreno, de inferior categoría. Existe pues una estratificación de los espacios de consumo cinematográfico en función del nivel social de los receptores. Los cines de verano, por otra parte, democratizan el cine, si bien convierten su consumo en una actividad que prima su carácter festivo como encuentro social por encima del respeto que imponen las salas cubiertas.

Las elecciones del público, y así es utilizado por la publicidad, están determinadas por la presencia de estrellas en los títulos. El star-system mudo internacional, con Greta Garbo, Lon Chaney o Chaplin como actores insignes, es conocido y admirado por el público sevillano, a los que cabe sumar otros ídolos nacionales como Imperio Argentina o las actrices de teatro Bella Dorita o Margarita Xirgú. El prestigio de los estudios también es reconocido por la audiencia: la promoción fílmica destaca el hecho de que las obras sean producidas por Metro Goldwyn Mayer, Paramount o Fox.

La industria de la distribución de cintas aparece asimismo plenamente desarrollada, habida cuenta de la agilidad con que funcionan los circuitos establecidos de cintas reestrenadas y la publicidad anticipada que se permiten las salas.

La prensa local es utilizada como medio de promoción de los títulos proyectados por parte de los exhibidores. La publicidad toma la forma de anuncios por palabras en la sección de espectáculos, de gráficos a huecograbado o de artículos que simulan ser críticas de las cintas pero que en realidad no son sino promoción encubierta. Los empresarios cinematográficos poseen un instinto muy desarrollado acerca de la comercialidad de los films e intentan destacar títulos muy determinados dentro de toda la oferta de ocio de la ciudad. Casi 80 años después podemos reconocer aún estas prácticas y relaciones entre cinematografía y medios de comunicación, en especial en la prensa escrita. El sistema de comunicación comercial entre comerciantes y espectadores se encuentra pues plenamente afianzado y su continuidad así lo ratifica.

En lo referente a la incidencia de la Exposición Iberoamericana, debemos destacar la función de ésta como vehículo de transmisión cultural y de intercambio, utilizando las proyecciones cinematográficas como vía efectiva de hacer llegar a sus visitantes documentos audiovisuales estimables por su valor documental. No obstante, no hemos encontrado ninguna evidencia de que su función actuara como motor de avance de la industria cinematográfica local en ninguno de sus sectores (producción, distribución o exhibición).

En enero de 1930 el Teatro Lloréns se convierte en pionero del cine sonoro en Sevilla, siguiéndole poco después el Pathé Cinema y el Salón Imperial. Se inaugura pues una nueva etapa de fructífera relación con la cinematografía que será truncada dramáticamente por el estallido de la Guerra Civil. Los documentos hemerográficos invitan a una investigación pormenorizada de la cotidianidad sevillana y andaluza no sólo en lo referente a la relación con la cinematografía sino también al resto de expresiones culturales y sociales.

## 7. Bibliografía

Barrientos Bueno, M., 2006a: *Inicios del cine en Sevilla (1896-1906)*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

---, 2006b: "Los orígenes de la exhibición cinematográfica en Sevilla a través de la prensa", en *Revista Científica de Información y Comunicación* 3, Sevilla. Recuperado en Internet el 14/12/2007, en: [http://www.institucional.us.es/revistas/revistas/comunicacion/pdf/numero\\_203/art9.pdf](http://www.institucional.us.es/revistas/revistas/comunicacion/pdf/numero_203/art9.pdf)

Braojos Garrido, A., 1987: *La Exposición Ibero-Americana de 1929 en el sentir de un periodista sevillano José Laguillo: nuevas notas para un estudio del Certamen*. Madrid: Artegraf.

---y Ruiz Acosta, M.J. (editores), 2000: *José Laguillo: periodista sevillano, estudio y textos*. Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación.

Colón, C., 1983: *El cine en Sevilla, 1929-1950: (De la Exposición y la llegada del sonoro a la posguerra)*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla, Servicio de Publicaciones.

Ramírez Guedes, E., 1998: "La pantalla de papel. El cine en la prensa de La Laguna antes de la guerra civil", en *Revista Latina de Comunicación Social* 7. Recuperado en Internet el 14/12/2007 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/72gue.htm>

Ramos Lizana, M., 2001: "El fenómeno social de las exposiciones temporales", en *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 34, Sevilla, pp. 146-158.

Reig, R. y Ruiz Acosta, M.J. (coordinadores), 1998: *Sevilla y su prensa: aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)*. Sevilla: Universidad de Sevilla, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación

Rodríguez Bernal, E., 1994: *Historia de la Exposición Ibero-Americana de Sevilla de 1929*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla, Servicio de Publicaciones.

Ruiz Acosta, M.J., 1997: "Hacia el gran reto: la labor de la prensa en preparación de la Exposición Iberoamericana de 1929", en *Historia y Comunicación Social* 2. Recuperado en Internet el 14/12/2007, en: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11370734/articulos/HICS9797110221A.PDF>

---, 1998: "José Laguillo y *El Liberal* de Sevilla. Breves reflexiones acerca del periodismo hispalense contemporáneo", en *Revista Latina de Comunicación Social* 5. Recuperado en Internet el 14/12/2007, en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/94mruizsevilla.htm>

Sánchez, I., 2004: "La pasión por ver: inicios de la exhibición cinematográfica en Málaga (1896-1898)", en *Revista HmiC* 2. Recuperado en Internet el 14/2/2008 en: [http://seneca.uab.es/hmic/2004/dossier/La\\_20pasion\\_20por\\_20ver.pdf](http://seneca.uab.es/hmic/2004/dossier/La_20pasion_20por_20ver.pdf)

Utrera, R. y Delgado, J.F. (editores), 1980: *Cine en Andalucía*. Sevilla: Argantonio

## 8. Notas

[1] *El Liberal* de Sevilla se integra dentro del trust de prensa controlado desde Madrid por Miguel Moya Ojanguren (Empresa Editorial de España), y que junto al diario sevillano dispone de *El Herald*, *El Imparcial* y *El Liberal* de Madrid; *El Liberal*, de Barcelona; *El Liberal*, de Bilbao; *El Liberal*, de Murcia; *El Defensor*, de Granada; y el *Noroeste*, de Gijón.

[2] Mary Pickford y Douglas Fairbanks visitaron Sevilla siendo recibidos como verdaderas estrellas, según recoge *El Liberal* el 22 de mayo de 1924.

[3] Las investigaciones de Carlos Colón (1983: 14-15) confirman y amplían algunos de los datos que hemos señalado: "Había exhibiciones cinematográficas diarias en los pabellones de Argentina, Brasil, Estados Unidos (cuyo cine se transformaría después en el Teatro Infantil Juan de la Cueva) y Portugal. Excepcionalmente, se proyectaba cine en diferentes pabellones en coincidencia con las semanas dedicadas a cada nacionalidad. En las Galerías Comerciales (en el Sector Sur, junto al Pasaje de Oriente y con entrada por la Avenida de la Raza) funcionaba un cinematógrafo en el que se alternaban películas, conciertos de órgano y 'varietés'".

El Casino de la Exposición se prestaría a la promoción turística de otras regiones y países, a tenor del texto publicado en diario de La Laguna Las Noticias: "En el casino de la Exposición Ibero-Americana comenzaron el domingo [día 11] a la noche las proyecciones de las películas de Tenerife confeccionadas por la Rivero film. El público, muy numeroso, siguió con interés las proyecciones, en especial de los bellos paisajes isleños, y de las manifestaciones de lo que son las industrias del país (13 de agosto de 1929)". Hallamos esta cita en un artículo de Ramírez Guedes (1998), que aborda igualmente otras relaciones de la cinematografía canaria con las exposiciones universales del 29.

El Festival de Cine de Sevilla en el año 2003 restauró, en colaboración con la Filmoteca Española, ocho documentales rodados con motivos de la Exposición Iberoamericana. Entre estos se encuentran hora y media de imágenes del actor de apertura por Alfonso XIII, así como cintas promocionales de pabellones regionales como los de Barcelona, Castilla, Salamanca o Santander.

C.V.

José Patricio Pérez Rufí  
Investigador. Universidad de Sevilla.  
[josepatricioperez@hotmail.com](mailto:josepatricioperez@hotmail.com)

José Patricio Pérez Rufí es doctor por la Universidad de Sevilla (2005), licenciado en Periodismo (1997) y en Comunicación Audiovisual (1999). Investigador perteneciente al Equipo de Investigación de Historia, Lenguaje y Tecnología Audiovisuales (EIHLTA) de la Universidad de Sevilla desde 2001. Es co-autor de las publicaciones *Andalucía, una civilización para el cine*, *Cine y publicidad* y *Marlon Brando: un rebelde en Hollywood*, así como de diversos artículos de investigación. Desde 2002 es profesor en el área de Comunicación Audiovisual de Ceade (Sevilla), centro adscrito a la Universidad de Gales.

### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Pérez Rufí, José Patricio (2008): "La información cinematográfica en el diario sevillano *El Liberal*, en 1929", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 140 a 1xx. La Laguna: Universidad de La Laguna, en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/13\\_20\\_Perez\\_Rufi.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/13_20_Perez_Rufi.html).