

Notas sobre exhibición y programación cinematográfica de los barrios porteños de Flores y Belgrano en 1938

Por Clara Beatriz Kriger* y Alejandro Kelly-Hopfenblatt**

Resumen: Los últimos años han visto un crecimiento cuantitativo y cualitativo dentro del campo de la historia del cine de trabajos orientados hacia la exhibición, distribución y recepción cinematográfica. Bajo el nombre de “New Cinema History” ha habido una renovación no sólo temática sino, fundamentalmente, metodológica al incorporar nuevas herramientas, especialmente aquellas provenientes de las Humanidades Digitales. Este artículo se propone iniciar una exploración de las posibilidades que plantea esta perspectiva para ampliar nuestro conocimiento del cine argentino. A partir del caso de los barrios porteños de Flores y Belgrano en septiembre de 1938 se propone indagar en las características de la programación y exhibición, los circuitos de distribución y la relación con el centro de la ciudad. De este modo, no sólo se identifican aspectos desconocidos de este campo como las prácticas de disciplinamiento del público, sino que se abre una nueva serie de interrogantes que confirman la potencial riqueza de ahondar en este camino.

Palabras clave: cine argentino; exhibición cinematográfica; New Cinema History; humanidades digitales; público de cine.

Notas sobre a exposição e programação dos cinemas de Buenos Aires os anos ‘30

Resumo: Nos últimos anos, assistimos a um crescimento quantitativo e qualitativo no campo da história do cinema de obras orientadas para a exibição, distribuição e recepção cinematográfica. Sob o nome de “História do Novo Cinema” houve uma renovação não só temática, mas, fundamentalmente, metodológica ao incorporar novas ferramentas, principalmente as oriundas das Humanidades Digitais. Este artigo explora as possibilidades que essa perspectiva apresenta para ampliar nosso conhecimento sobre o cinema argentino. Partindo do caso dos bairros de Flores e Belgrano no Buenos Aires em setembro de 1938, propõe-se investigar as características da programação e exibição, os circuitos de distribuição e a relação com o centro da cidade. Desse modo, não apenas aspectos desconhecidos desse campo são identificados, como as práticas disciplinadoras do público, mas se abre uma nova série de questões que confirmam a riqueza potencial de se aprofundar nesse caminho.

Palavras-chave: cinema argentino; exibição cinematográfica; New Cinema History; humanidades digitais; público de cinema.

Notes about the exhibition and programming of movie theaters in Buenos Aires in the 1930s

Abstract: In the last years there has been a quantitative and qualitative growth within the field of film history of works oriented towards cinematographic exhibition, distribution, and reception. Under the name of "New Cinema History" there has been a renewal, not only thematic but, fundamentally, methodological by incorporating new tools, especially those coming from the Digital Humanities. This article explores the potential that this perspective poses to broaden our knowledge of Argentine cinema. Focusing on the case of Flores and Belgrano neighborhoods in Buenos Aires in September 1938, we propose studying the characteristics of the programming and exhibition, the distribution circuits, and the relationship with the city downtown. In this way, not only unknown aspects of this field are identified, such as the disciplining practices of the public, but a new series of questions are opened that confirm the potential richness of delving into this path.

Key words: Argentine cinema; film exhibition; New Cinema History; digital humanities; film audiences.

Fecha de recepción: 08/06/2021

Fecha de aceptación: 03/11/2021

En los últimos años es posible observar una renovación de enfoques en los estudios historiográficos de los cines nacionales y regionales que comenzaron a dar mayor importancia a los datos sobre la exhibición, la distribución y la programación, considerando tanto las experiencias individuales como las colectivas. Este cambio trajo consigo un énfasis en el uso riguroso de fuentes y metodologías como la memoria oral y los métodos biográficos, el análisis de la geografía de las salas, la reconstrucción de las carteleras cinematográficas y

diversas formas de entrelazar estos datos para brindar así una mirada más compleja sobre el cine como fenómeno social, histórico y cultural.¹

En este marco, los investigadores de esta “Nueva Historia del Cine” vienen desarrollando diversos estudios de caso que permiten explorar las lógicas de funcionamiento de la industria del cine desde la perspectiva de la vida cotidiana. Así, se analizaron las rutinas de exhibición de las salas en distintos países y ciudades, la existencia de circuitos de cines diferenciados según la zona urbana o los sectores sociales que los frecuentaban (Sedgwick, 2011; Treveri Gennari et al, 2018), la segregación racial y de género en salas de cine de ciertas ciudades o regiones (Knight, 2011), o la memoria de los espectadores y sus imbricaciones culturales (Kuhn, 2002; Treveri Gennari et al, 2020), utilizando herramientas heterogéneas que incluyen la georreferenciación (Klenotic, 2011), la historia oral, archivos de memorias y documentos personales (Stokes y Jones, 2017), entre otras. Se fue construyendo así una historia del cine como práctica social, “escrita desde abajo” (Maltby et al, 2007) que destaca su carácter colectivo y entrelazado con la sociabilidad (Kuhn et al, 2017).

En América Latina, en los últimos años han surgido numerosos proyectos que apuntan a objetivos similares y toman usualmente como punto de partida los aportes de Jesús Martín Barbero (1987). Distintos autores han articulado preocupaciones por los procesos de modernización urbana, crecimiento de clases medias y desarrollos industriales vernáculos con el fenómeno cinematográfico. Entre ellos podemos considerar el estudio de Ana Rosas Mantecón (2017) sobre los hábitos de ir al cine en México; los trabajos de Laura Isabel Serna (2014) y Colin Gunckel (2015) sobre la exhibición de cine mexicano de las décadas de 1920 y 1930 y su relación con la industria de Hollywood; los estudios de Rafael de Luna Freire (2012), Freire y Zapata (2017) y José Ignacio

¹ Desde 2004, los académicos que trabajan en esta línea se nuclean en la Red History of Moviegoing, Exhibition, and Reception (HoMER), que realiza conferencias anuales y seminarios de formación.

de Melo Souza (2016) sobre salas de cine brasileras; el libro de Jorge Iturriaga Echeverría (2015) sobre la conformación del circuito exhibidor en Santiago de Chile entre 1907 y 1932; el trabajo de Germán Silveira (2020) sobre la Cinemateca uruguaya; y el estudio en curso en la Universidad de Chile a cargo de María Paz Peirano y Claudia Bossay.

En Argentina comenzaron en forma sostenida las investigaciones en derredor de los públicos y el negocio del cine. Diana Paladino (2020) indagó sobre la conformación del campo cinematográfico local en las dos primeras décadas del siglo XX, haciendo hincapié en las formas que fueron adquiriendo los negocios en esa arena comercial. Por su parte Ana Laura Lusnich, Andrea Cuarterolo y Alicia Aisemberg (2017) editaron un libro que se centra en un debate sobre los intercambios de los cines argentino y mexicano del período clásico, en el marco de una economía del entretenimiento que excedía las fronteras nacionales, poniendo de relevancia los modelos de negocios y las estrategias comerciales en estas décadas. En una línea similar, Cecilia Gil Mariño (2019) exploró la circulación y negocios del cine entre Brasil y Argentina en los inicios del sonoro.

En este mismo marco se inscribe el proyecto *Historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)*, radicado en el Instituto de Artes del Espectáculo “Raúl H. Castagnino” (FFyL, UBA), en el que se enmarca el presente artículo.² Proponemos aquí un reporte preliminar del mismo a partir del abordaje del desarrollo del campo cinematográfico en la capital argentina desde una mirada centrada en su circulación social y comercial, el rol de los exhibidores y

² Proyecto PICT 2018-02184, financiado por el Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica (MinCyT). En el marco de esta investigación ya se han producido otros textos que se ocupan de las memorias de espectadores al mismo tiempo que de su dimensión comercial. Entre ellos se cuentan los trabajos incluidos en el volumen compilado por Kriger (2018) sobre públicos de cine clásico en Buenos Aires; el artículo que transita las modernas percepciones del tiempo y el espacio por parte de los espectadores locales de cine en los años 40 publicado en la revista *Alphaville: Journal of Film and Screen Media* (Gil Mariño et al., 2021) y el artículo sobre los imaginarios de los espectadores en torno a los géneros cinematográficos publicado en *Eutopías* (Gil Mariño, Kelly Hopfenblatt y Sasiain, 2020).

distribuidores, la relación con los procesos de transformación urbana y los imaginarios y discursos presentes en su recepción.

El objetivo de este artículo es ingresar al panorama de las estrategias de exhibición y distribución que se pusieron en funcionamiento hacia finales de los años treinta en el marco del negocio cinematográfico porteño. Esta década, en particular, se presentó como un momento de gran dinamismo en el terreno de la exhibición y distribución cinematográfica. En años previos, distintos empresarios, como Max Glucksmann habían pensado en un desarrollo a gran escala, pero el terreno propicio para ese impulso estuvo dado con la instalación de la *majors* norteamericanas y la aparición del cine sonoro.

El principal foco de este impacto fue el campo exhibidor de la ciudad de Buenos Aires, que concentraba en su área metropolitana casi la mitad de las salas de cine del país y era el punto de ingreso de todos los films que llegaban del exterior.³ El terreno de la exhibición era así dominado fundamentalmente por las películas de Hollywood, aunque también tenían un lugar de cierta importancia las cinematografías de países europeos como Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y España. El ingreso dentro de este contexto del emergente cine argentino introdujo un nuevo actor de peso en la disputa por las pantallas.

Con la intención de comprender este panorama proponemos en este artículo detenernos en un momento concreto de este proceso para describir y enunciar las primeras conjeturas acerca de cómo se estructuraba el negocio del cine en ese momento y qué papeles asimétricos jugaban los distintos actores del campo. El relevamiento se centra, por lo tanto, en el mes de septiembre del año 1938. Por un lado, existe cierto consenso historiográfico en que entre este año y el siguiente la creciente industria del cine en Argentina se fue consolidando.⁴

³ Datos tomados de *Cine Argentino* n° 27, 10 de noviembre de 1938.

⁴ Fernando Martín Peña, por ejemplo, afirma que "...se considera que esa industria se había consolidado como tal hacia 1938" (2012: 12).

Asimismo, las revistas gremiales de los exhibidores exponían la madurez en los vínculos y reglamentaciones que se observaban en el desarrollo de la plaza local. Por último, es necesario considerar que 1938 es el último año de un modelo de negocios entre el campo exhibidor y el distribuidor, dado que el comienzo de la Guerra en Europa determinaría cambios paulatinos a partir de 1939 que se irían profundizando en los años posteriores.

El punto geográfico elegido para esta indagación son los barrios porteños de Flores y Belgrano. Ello se debe tanto a aspectos metodológicos de acceso a fuentes como al hecho de que eran dos centros de conformación social similar, de clase media en ascenso con una tradición cultural y social diferenciada del centro porteño. En este sentido presentan un panorama de cierta estabilidad que permite, a partir de su estudio, proponer hipótesis sobre el campo cinematográfico porteño en 1938.

Como veremos a lo largo del trabajo, no es posible pensar en la aplicación indiscriminada de las mismas hipótesis a otros barrios o a un lapso más prolongado dentro del período clásico. Sin embargo, los indicadores y los análisis que surgen del relevamiento del año 1938 pueden orientar en la confección de una caja de referencias para el estudio de la etapa que hemos denominado “el negocio cinematográfico de entreguerras en Argentina”. Caracterizado por profundos cambios tecnológicos, políticos y sociales, este período comienza en 1920 cuando las *majors* norteamericanas ya habían instalado sus oficinas de distribución en el mercado argentino, y termina con la crisis del negocio que sobrevino como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

Los datos y las formas de procesarlos

Dada la ausencia de estadísticas y la escasez de otras fuentes que nos permitan relevar de algún modo la concurrencia a las salas de cines e incluso la existencia de muchas de esas salas, nos propusimos la creación y sistematización de un

conjunto de fuentes primarias que deriven en insumos para nuestra investigación, así como para futuras indagaciones en este campo de conocimientos. En este sentido, diseñamos una base de datos actualmente en construcción a partir de la información extraída de las carteleras cinematográficas de Buenos Aires en esos años. Esta base de datos forma parte de un conjunto de producciones cruzadas que se están llevando adelante en el marco de este proyecto, entre las cuales se incluyen mapas georreferenciados de las salas cinematográficas de Buenos Aires, entrevistas a adultos mayores para reconstruir sus recuerdos de ir al cine y digitalización de memorabilia vinculada a la experiencia cinematográfica.

La base de datos se compone, por el momento, de tres *datasets*. En primer lugar, el construido a partir de las carteleras publicadas en el diario *La Nación*, uno de los principales periódicos nacionales. En él se da cuenta de la fecha, los barrios y salas de exhibición, los títulos exhibidos, el precio de los *tickets* y los horarios.⁵

Un segundo *dataset* está compuesto de las salas de exhibición cinematográfica, y toma como fuente el *Anuario Cinematográfico* de 1938 de la Ciudad de Buenos Aires. Este *dataset* presenta una cantidad de salas que exceden aquellas que aparecen en las carteleras, e incluye entre sus campos la dirección, la empresa o empresario que lo administra, la capacidad y el equipamiento.⁶

El tercer *dataset* corresponde a las películas exhibidas, y toma como origen de sus datos los títulos aparecidos en las carteleras. Dichos títulos fueron identificados, en primer lugar, en la publicación del gremio exhibidor *Heraldo del*

⁵ Si nos enfocamos en la década del treinta es necesario considerar que estas fuentes nos proporcionan datos parciales, ya que aproximadamente la mitad de los cines de la ciudad de Buenos Aires no publicaban sus programaciones en los diarios. Por otro lado, como veremos más adelante, el mercado local era aún muy inestable por lo que las salas cambiaban de dueño muy frecuentemente y, con ello, las formas de comercialización.

⁶ En un futuro se espera poder reconstruir también la clasificación de las salas según su lugar dentro de los circuitos de exhibición.

Cinematografista, y luego a partir de las búsquedas cruzadas en distintas bases de datos online como Internet Movie Database (IMDb), Filmportal y AFI Catalog.

Si bien estos *datasets* están todavía en proceso de limpieza de datos, planteamos aquí un análisis inicial de ellos que sirve para explorar las dinámicas del mercado cinematográfico porteño. Para ello decidimos centrarnos en los barrios de Flores y Belgrano, ambos con larga historia en el marco de constitución de la urbe y con un desarrollo considerable de sus espacios culturales. En ambos espacios de la ciudad se habían constituido extensos circuitos cinematográficos que, según el Anuario de 1938, contaban con 20 salas en Flores, de las cuales ocho publicaron, de modo estable o temporal, su programación en la cartelera del diario *La Nación*. Belgrano, por su parte, tenía ocho salas, de las cuales seis publicaban sostenidamente su programación en el diario.

Es interesante destacar que la metodología utilizada, tanto la construcción de una base de datos a partir de la información extraída de publicaciones de la época como la toma de muestras acotadas a semanas o meses, se encuentra legitimada en los estudios de público del cine clásico. Así lo demuestran, entre otras investigaciones sobre cine clásico, una realizada en Italia, que toma el año 1954 para realizar las estadísticas de las distintas ciudades (Treveri Gennari et. al., 2020), y el estudio en proceso de ciudades ubicadas en la zona norte de México, que toma el año 1952 (Lozano, 2021). En ambos casos, se parte del estudio de momentos puntuales para desarrollar hipótesis de trabajo y lecturas en profundidad sobre las dinámicas de la comercialización urbana del cine.

Sobre la exhibición cinematográfica porteña

Los estudios centrados en el negocio cinematográfico se centran usualmente en torno a diversos agentes que administran el crecimiento de la actividad mientras

se disputan los beneficios económicos y simbólicos que se generan. De ese modo, las actividades de las *majors* norteamericanas, así como el accionar de los distribuidores y exhibidores locales, prescribían buena parte de lo que se veía, y con ello lograban modelar los gustos de los públicos. Es posible decir, por lo tanto, que estos sectores diseñaban diferentes estrategias que determinaban una geografía de la exhibición.

Una investigación pionera realizada por Diana Paladino (2020) aborda los tópicos mencionados durante las dos primeras décadas del siglo XX y permite comprender cómo era el panorama previo a los años 30. Según la autora, en esos años se pueden observar grandes cambios en el negocio de la distribución y la exhibición de películas que llevaron a la plaza argentina a ser primero deudora del mercado europeo (películas francesas e italianas, en menor proporción, alemanas, danesas e inglesas) y después del norteamericano.

A partir del estallido de la Primera Guerra Mundial se trastocó el negocio cinematográfico internacional, dado que la industria europea quedó virtualmente paralizada y sus mercados a la deriva. En esa realidad germinaron las políticas de expansión comercial norteamericana que rápidamente se encargaron de ocupar las plazas vacantes de películas (Campodónico, 2005). En gran medida, los patrones que se establecieron en este período moldearon las prácticas de los empresarios y espectadores en los años venideros.

En estos primeros años el sistema de comercialización se basaba en la venta de películas a los exhibidores, por lo que se proyectaban una menor cantidad de películas en cada sala. Luego, se comenzó con el sistema de alquileres, que era común en Europa, pero se le imprimieron características locales que retomaron una tradición propia de los programas ofrecidos por el espectáculo porteño. Así se generalizó el cine “por secciones”, heredero directo del teatro por secciones que había reinado en los escenarios del denominado género chico (sainetes,

zarzuelas y teatro de revistas). Esta modalidad ofrecía la posibilidad de comprar una entrada para disfrutar de todas, o de alguna, de las secciones denominadas *matinée*, *vermut* y *noche*.⁷

Este formato de programación demandaba la circulación de una enorme cantidad de films, dado que la oferta variaba diariamente. Ello implicaba, por lo tanto, una dispersión de esfuerzos por parte de los distribuidores y de los exhibidores. Al mismo tiempo, para los públicos ese tipo de programación probablemente resultaba muy conveniente ya que la variación profundizaba el divertimento y permitía introducirse en las competencias de lectura que requerían los lenguajes utilizados por los distintos géneros narrativos.

Frente a ello, las *majors* norteamericanas se propusieron dos objetivos complementarios para mejorar su rentabilidad. Por un lado, imponer el sistema de exhibición “continuado”, para reducir la cantidad de películas que circulaban; y por otro, monopolizar el sector de la distribución mediante la modalidad de alquiler por *block booking* o exigiendo vínculos de exclusividad a los exhibidores. Estas políticas empresariales generaron un conjunto de tensiones entre los distintos agentes del mercado y también con los públicos habituados al espectáculo por “secciones”.

Esta dinámica se puso en quiebre con la llegada del cine sonoro. En este sentido, la década del 30 presenta características especialmente interesantes, ya que la generalización de la oferta de películas sonoras y la aparición de las primeras experiencias de producción industrial locales operaron como un parteaguas en los universos de la distribución y la exhibición. En este marco, los empresarios

⁷ Para ampliar, ver González Velazco (2012).

notaron, además, el surgimiento de una intensa sensibilidad en la recepción de las cintas nacionales, habladas y cantadas en castellano.⁸

Este clima incierto llevó a que, hacia el final de la década, el panorama de la programación de las salas en Buenos Aires mostrara pocas instancias que respetaran el sistema continuado promocionado por las *majors*, que consistía en dos largometrajes, sumados al noticiario y/o variedades, cortos y publicidades, que se repetían de forma continuada durante el día durante toda la semana. La mayoría de las salas, en cambio, contaban con un sistema mixto que implicaba el triunfo de la entrada de valor único para poder disfrutar de cualquier función, es decir, que los espectadores podían ingresar o salir de la sala en cualquier momento.⁹ La oferta diaria presentaba así una gran cantidad, a veces desmesurada, de material fílmico (Manfredi, 2005). En esa gradación encontramos salas, tanto del centro como barriales, que proyectaban en un mismo día tres, cuatro y hasta cinco películas diferentes, modalidad que se denominó “programa monstruo”.

En un contexto donde la industria fílmica local estaba creciendo y había intereses de distintos agentes del sector apuntando a su consolidación, el panorama de la exhibición cinematográfica parecía estar encontrando sus propias normas. En suma, Buenos Aires no era una plaza ordenada según la modalidad de comercialización recomendada por las *majors*, pero se había vuelto relativamente previsible para los públicos.¹⁰

La oferta cinematográfica en Flores y Belgrano en septiembre de 1938

⁸ Para ampliar en otros interesantes estudios de la cinematografía local del cine clásico, ver Di Núbila (1959/60), España (compilador) (2000), Kriger (2009), Peña (2012), Kelly Hopfenblatt (2019) y Gil Mariño (2019).

⁹ Estas entradas tenían distintos precios según si correspondían a la platea o el pullman.

¹⁰ Aunque no se conocen muchos datos de los cines que no publicaban su oferta en los diarios, se desprende de algunas entrevistas realizadas en el marco del proyecto que estos publicaban sus programas mediante panfletos que se repartían en los negocios barriales y que seguían pautas similares a las aquí desarrolladas.

Para el presente análisis tomamos los datos de la primera semana de septiembre del año de referencia. El mismo se trata de un mes representativo del alto consumo de cine en la ciudad, que no es tocado ni por festividades ni por aspectos climáticos que afectaran el consumo de cine.¹¹ Las salas de ambos barrios que aparecen en la cartelera de esta semana son las siguientes:¹²

	Sala	Butacas
FLORES	Canadian	544
	Flores	1051
	Pueyrredón	2000
	Rex	577
	San Martín de Flores	892
	Select Flores	700
	Belgrano	738
BELGRANO	Cabildo	571
	Mignon Palace	586
	Príncipe	600
	Ritz	661
	Teatro General Belgrano	816

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario de 1938.

La diferencia en la cantidad de salas y butacas disponibles entre ambos barrios resulta aún una incógnita a investigar. Entre las posibles hipótesis que la explican señalamos que puede estar vinculada a las tradiciones barriales en cuanto a

¹¹ Resulta común encontrar en las revistas del sector cinematográfico, por ejemplo, observaciones sobre el impacto de las altas temperaturas del verano o las festividades públicas sobre la concurrencia de espectadores a las salas.

¹² Los cines de Flores que no aparecen en la cartelera del diario son: Avellaneda, Coliseo Flores, Febo, Gaona, Ideal Palace de Flores, Júpiter, Oeste, Palace Rivadavia, Presidente Mitre, Varela Palace, San José de Flores y Sarmiento. Los cines Minerva y Continental solo publicaron durante algunos meses del año. Por su parte, los cines de Belgrano que no aparecen en la cartelera del diario son: Cabildo C e Ideal Monroe (Kriger, 2018: 240-244).

espacios del espectáculo, las diferencias sociales, estrategias comerciales o las propias dinámicas de organización espacial de Flores y Belgrano. Entre los estudios faltantes que podrían aportar más explicaciones sobre los modos de ir al cine en la ciudad se encuentran aquellos que profundicen en las posibles relaciones entre la cantidad de salas de cine existentes y la densidad poblacional, tomando en cuenta, además, la circulación entre los barrios y las zonas suburbanas.

Considerando la disputa de modalidades de programación -por secciones, continuado y mixto- proponemos a continuación centrarnos en la oferta fílmica de los cines de Flores y Belgrano que publicaron sus carteleras en las páginas del diario *La Nación* en la primera semana de septiembre de 1938. A partir de ellas, postulamos, se puede dar cuenta de las tensiones y la falta de criterios estables de organización que primaban en los esquemas de exhibición y distribución en ese momento. Ambos barrios, con circuitos propios de salas y con poblaciones heterogéneas marcadas por la creciente clase media, presentan un panorama interesante que abre interrogantes para ahondar.

Podemos así considerar la cantidad de películas diferentes que programaron las distintas salas en ambos barrios. En el caso de Flores (Gráfico 1), el cine Flores, programó un total de tres películas diferentes en toda la semana, mientras que el San Martín de Flores y el Pueyrredón presentaron entre 11 y 14. En el polo opuesto, el cine Rex ofertó un total de 23 films diferentes, un promedio de más de tres títulos por día, lo cual implicaba una constante rotación de su cartelera.

Es interesante poder cruzar estos números con el precio promedio de cada sala, ya que es posible que haya existido una correlación entre ambos campos. Paradójicamente, a mayor precio de entrada correspondería menor rotación de películas, siendo los polos del Flores y el Rex los casos más claros. Se puede

pensar, por lo tanto, en una estratificación de las salas hacia el interior del barrio.¹³

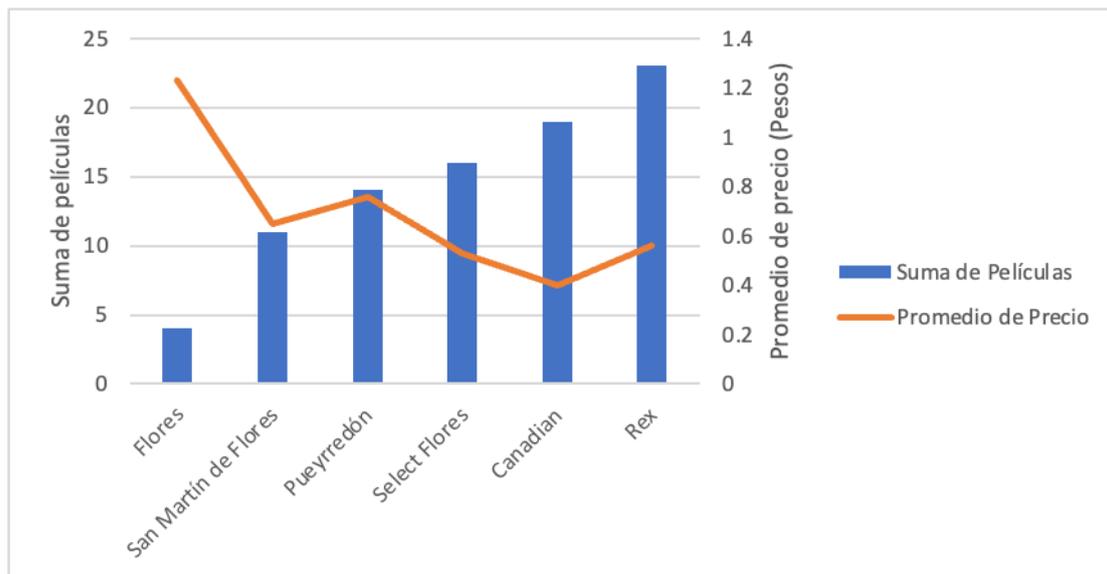


Gráfico 1 – Cantidad de Películas y precio promedio en Flores (primera semana de septiembre 1938).

Es destacable asimismo la actualidad del material fílmico que se exhibía en todos los cines del barrio, independientemente del precio de la entrada. Esto es algo esperable en el cine Flores, ya que era la principal sala de estrenos de la zona, pero resulta notorio que en las demás también se proyectaron películas de los años 1937 y 1938, mientras que fueron escasos los casos de aquellas estrenadas entre 1934 y 1936.

Un panorama similar parece presentar el barrio de Belgrano (Gráfico 2), donde la estratificación de las salas no es tan gradual, sino que podemos encontrar dos polos claramente opuestos. Los dos establecimientos que se acercaban al ideal de la programación continuada eran el Ritz y el Teatro General Belgrano, que entregaban entre cinco y siete películas diferentes a lo largo de la semana, con

¹³ Otra característica de los cines populares era la oferta de números vivos mixturada con películas. En una sala como el Cine Pueyrredón, de mayor capacidad y precios más accesibles, se programan en marzo del mismo año espectáculos de música popular y actividades vinculadas al festejo de carnaval.

una entrada promedio de casi 1,20 pesos. Las otras salas proyectaron entre 13 y 16 películas diferentes en la semana, es decir, que mostraban mayor volatilidad en su oferta, sosteniendo entradas más económicas.¹⁴ Las condiciones de actualidad del material fílmico exhibido resultan similares a las de Flores.

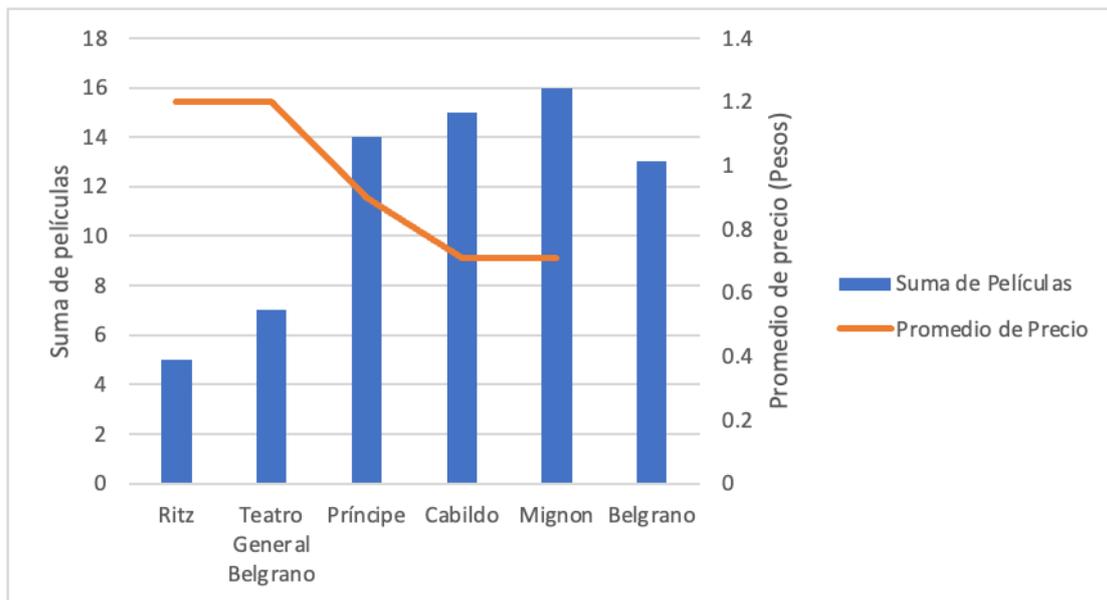


Gráfico 2 – Cantidad de películas y precio promedio en Belgrano (primera semana de septiembre de 1938).

Resulta interesante, a partir de estos datos, preguntarnos por los elementos claves que nos permitan definir las jerarquías internas de los cines de barrio. Seguramente es importante tener en cuenta la infraestructura de la sala, el equipamiento técnico, y el precio de las entradas, pero también parece ser relevante la reproducción del ritmo de programación propio de las salas de estreno que fungía como signo de distinción.

En una primera lectura de estos diferentes programas se evidencia que el cine de precio más elevado ofrecía mayores certidumbres al espectador, dado que mantenía por una semana las mismas películas, que eran generalmente material

¹⁴ Debemos destacar que en las carteleras publicadas en *La Nación* el cine Belgrano no presentaba datos con respecto a los precios de las entradas.

extranjero de estreno reciente. Los cines más populares, con una apuesta mucho más diversificada, apelaban a un público amplio, donde lo masivo adquiría su real dimensión. En esta materia también parecen haber ejercido un menor disciplinamiento sobre los públicos, tanto en relación con la formación del gusto como respecto de prácticas muy arraigadas en las que se percibe que “ir al cine” era más importante que ir a ver una determinada película. La enorme variedad de films y los precios reducidos invitaban a acudir a los cines en cualquier momento, sin necesidad de programar esa salida con anterioridad.

Por otra parte, es interesante observar el origen de las películas que se programaban, aún en un mercado dominado por el cine norteamericano. El cine Flores, que habíamos destacado como el más selecto y con menor rotación, presentaba una programación completamente compuesta por películas de Hollywood. De todas maneras, el lugar dominante de esta cinematografía es evidente en todas las salas, aunque podemos ver un claro segundo lugar ocupado por las producciones nacionales, especialmente en el caso del Rex y el Select Flores (Gráfico 3).

En el caso del barrio de Belgrano, la primacía norteamericana era aún mayor. Allí el cine argentino tenía una presencia destacada solamente en la sala Príncipe. Otras salas que presumimos populares a partir de la volatilidad de su programación y los precios bajos, como el Cabildo y el Mignon, siguieron siendo un terreno prácticamente monopolizado por Hollywood, con pocas menciones a otras cinematografías como la británica o mexicana (Gráfico 4).

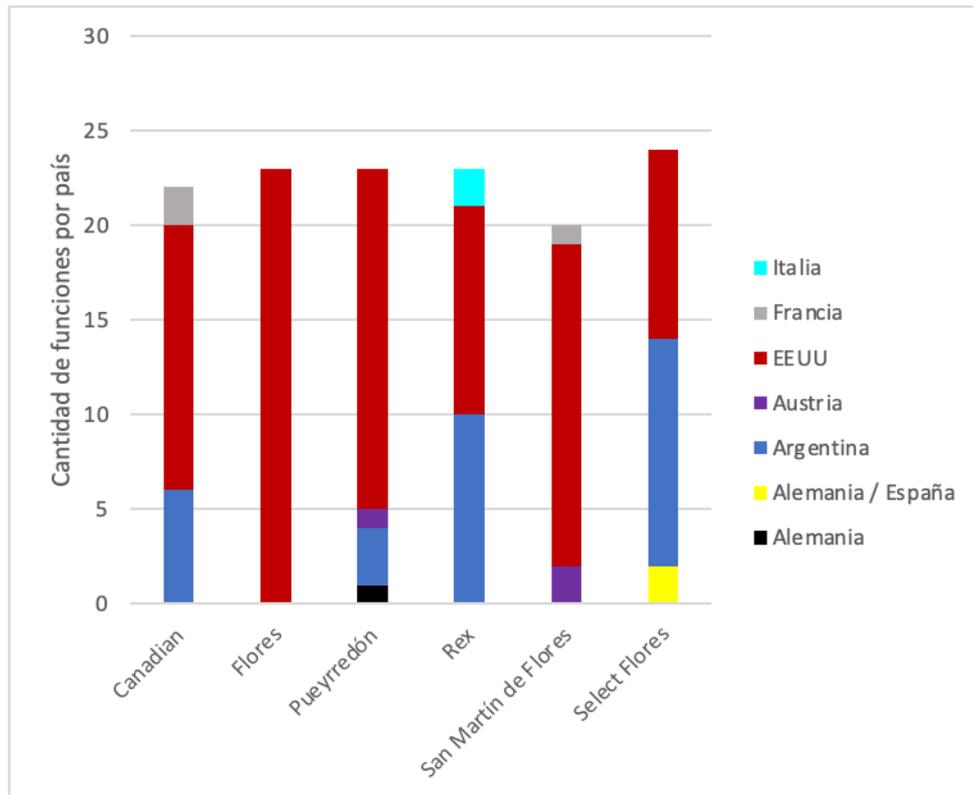


Gráfico 3 – Películas por nacionalidad en Flores (primera semana de septiembre de 1938).

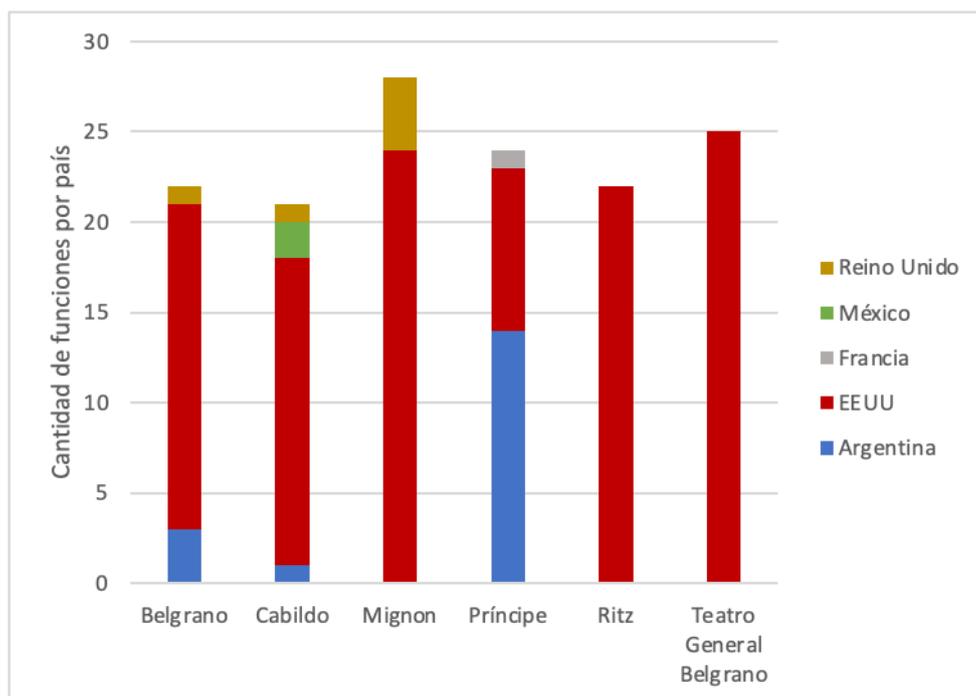


Gráfico 4 – Películas por nacionalidad en Belgrano (primera semana de septiembre de 1938).

El crecimiento sostenido de la producción cinematográfica local era otro foco de tensión con respecto a las *majors*, dada la progresiva aceptación que tenía en muchos cines tanto de los barrios como del centro. Incluso, algunas salas le destinaban un día especial por cada semana. Esta realidad llegó a preocupar a las distribuidoras norteamericanas que no estaban dispuestas a perder esa parte del negocio.¹⁵

El accionar de las distribuidoras y exhibidoras obliga también a considerar otro aspecto del negocio relacionado al modo y el ritmo con que circulaban los films hacia los barrios luego de su estreno en salas céntricas. Si tomamos un éxito de ese año como *Las aventuras de Tom Sawyer* (*The Adventures of Tom Sawyer*, Norman Taurog, 1938, distribuida por United Artists) podemos observar que fue estrenado el 29 de julio en el Gran Teatro Ópera, propiedad de Clemente Lococo, y pasó por cuatro salas del centro antes de llegar, el 2 de septiembre, al cine Flores, que era propiedad de la Sociedad Anónima Cinematográfica.

¿Por qué Lococo no envió esa película a los cines que regenteaba en el barrio de Flores (Pueyrredon, Rex y San Martín de Flores)? La primera respuesta disponible es que parecería que eran las distribuidoras las que decidían cuál era el turno que cumplía cada cine a partir de un contrato que establecía la distancia temporal de la exhibición desde el estreno. Resulta necesario relevar el mapa completo de acuerdos con las “cadenas” de exhibición, como en el caso de la perteneciente a Lococo, para entender las relaciones de poder que se establecieron entre distribuidores y exhibidores.

¹⁵ La segunda mitad de la década del 30 estuvo marcada por numerosos conflictos que llegaron a los estrados judiciales. En 1935, Héctor Bini y Santiago Bellingere, operadores de los cines Goyena y Argentino, demandaron a la Asociación Argentina de Distribuidores de Films, que nucleaba fundamentalmente a las *majors* estadounidenses, por extorsión, asociación ilícita y violación de la ley de monopolios. Cuatro años después, la Dirección General de Impuestos llevó a juicio a las distribuidoras de Hollywood que se negaban a pagar un nuevo impuesto sobre los fondos remitidos a las casas centrales que se planteaba de modo retroactivo a 1934. Frente a esta creciente inestabilidad, las empresas estadounidenses debieron replantear sus estrategias, e incluso considerar la posibilidad de distribuir cine local.

En el caso de los dos filmes norteamericanos más programados del año, *El prisionero de Zenda* (*The Prisoner of Zenda*, John Cromwell) y *El huracán* (*The Hurricane*, John Ford), ambos de 1937 y distribuidos por United Artists, las carteleras muestran que fueron estrenados en el Cine Teatro Opera, saltaron en pocos días al cine Suipacha del centro, y luego, en el término de uno a tres meses, circularon por los cines Callao (centro) y Flores. El mencionado Lococo poseía además del Cine Opera, el Suipacha, mientras los otros dos pertenecían a la Sociedad Anónima Cinematográfica.

Aún no se han encontrado fuentes que revelen las decisiones de las poderosas empresas distribuidoras ni de los acuerdos con los dueños de cines y los exhibidores en general. El mercado era muy irregular y las carteleras hablan de la primacía de negociaciones puntuales con los distintos agentes. Es interesante señalar que en plazas con menos cantidad de empresarios exhibidores las condiciones contractuales muestran conductas más regulares, pero en las grandes urbes se suscitaron acuerdos que obedecían a la necesidad de proteger los réditos de cada parte teniendo en cuenta el desarrollo global de cada temporada.¹⁶

Esto se vuelve más evidente en el caso del cine argentino, que muestra una circulación difícil de descifrar. Un ejemplo de ello es que dos de las películas más programadas del año, *Maestro Levita* (Luis César Amadori) y *Villa discordia* (Arturo S. Mom), ambas producidas y distribuidas por Argentina Sono Film, se estrenaron en el Cine Monumental del centro y luego, en pocos días, pasaron a los cines Renacimiento, Cabildo y Callao, que pertenecían a diferentes dueños.

¹⁶ Esta realidad se observa también, por ejemplo, en la descripción que se hace del mercado cinematográfico de Roma en relación con ciudades italianas con menor densidad de salas (Treveri Gennari et al, 2018).

¿Por qué no se advierte un orden claro en la circulación de los films, ya sea determinado por las compañías distribuidoras, nacionales o extranjeras, o por las exhibidoras? ¿Por qué parecían acordar por cada película o paquete en lugar de tener reglas predecibles? ¿Por qué las distribuidoras norteamericanas no instalaron cines de estreno, como en los demás países de la región, para poner en valor las películas que tenían bajo su ala?

Los interrogantes son múltiples y exceden en mucho las posibilidades de este artículo, pero nos guían en la búsqueda de respuestas frente a la silueta de un mercado fragmentado, regido por frágiles redes de asociación. A falta de regulaciones ordenadoras lo previsible se iba tejiendo entre los productores que parecían conocer el pulso de los públicos, los exhibidores que iban construyendo cadenas de cines, y los distribuidores que presionaban para lograr acuerdos más beneficiosos.

Estos relevamientos preliminares hacen evidente la necesidad de deconstruir los saberes tradicionales con respecto al gusto de los públicos de cine en Buenos Aires. Claudio España recoge en sus relatos historiográficos algunas observaciones periodísticas que eran hegemónicas para la época y se convirtieron en un canon a la hora de pensar las estrategias de programación de las salas y los gustos de los espectadores:

En el principio la industria cinematográfica se dirigió a las masas populares, el barrio, que fue identificando poco a poco a la audiencia con los personajes, Pero los empresarios (y la crítica que se volvió intelectual) quisieron ir más lejos, y sobre la vuelta de la década del treinta a la del cuarenta, con un grado mínimo de sofisticación -para no perder la platea ya ganada- procuraron avanzar sobre la burguesía de mejor bolsillo y costumbres más exigentes (2000: 57).

De este modo, se consolidó una cartografía de salas, estructurada de un modo dicotómico, que las dividía en pertenecientes al “centro” o al “barrio”. Las del

centro se pensaban como salas de mayor jerarquía y consumidoras de cine extranjero, mientras que las de barrios eran salas populares en las que se disfrutaba el cine nacional. Es posible observar la difusión de estas mismas ideas en las revistas destinadas a los exhibidores, donde, por ejemplo, se calificaba algunas películas con bajo valor artístico, pero se les otorgaba un alto valor comercial especificando la leyenda “apta para cines populares” o “apta para cines familiares”, que apelaba a los cines de barrios o del interior del país.

En principio, los relevamientos de los barrios elegidos nos conducen a revisar ideas para pensar que las jerarquizaciones de las salas dependían de muchos factores que iban más allá de su ubicación espacial. El análisis debe contemplar entre otros elementos, la creciente modernización urbana, la existencia de sectores populares que vivían contiguamente al centro de la ciudad y la construcción de salas de primera categoría en los barrios, como el cine Pueyrredon de Flores, que se considera un precedente del Gran Teatro Opera (Sasiain, 2018; Gil Mariño, Kelly Hopfenblatt, Sasiain, 2018). En ese sentido, el estudio de los cines de barrios implica establecer criterios de jerarquización menos rígidos que posibiliten abrir la puerta a nuevas conjeturas sobre el consumo cultural.

Otra aseveración muy utilizada en la historiografía local es la que asegura que en los cines de barrio se consumía cine argentino por sobre el extranjero, entendido este último como sinónimo de Hollywood. Posiblemente allí se deslizaron prejuicios ideológicos y discriminaciones encubiertas, ya que se ligaba el deseo de ver cine norteamericano con los sectores medios y acomodados, mientras los públicos denominados “masivos” habrían preferido la producción nacional.

En ese sentido, la frase de Claudio España “el barrio en la mira del productor” (2000: 64) intenta transitar cuáles eran los objetivos de las empresas

cinematográficas locales. Como refuerzo de esta supuesta preferencia, *Heraldo del Cinematografista* había comenzado a especular a mediados de la década, con la posibilidad de que los cines de barrio y del interior del país obtuvieran más ganancias apostando al cine hablado en castellano. En una reseña acerca de las bondades del doblaje se expresaba que “el cansancio que el diálogo en idioma extraño produce aún entre los públicos capacitados de las grandes ciudades, es innegable. Y no digamos nada de los espectadores del interior para quienes aguantar horas de conversación en lengua extraña constituye no un placer sino una tortura.”¹⁷

La cita muestra otra vez la persistencia en determinar las características de los públicos según la espacialidad que habitaban. En todos los casos la segmentación es dualista y discriminatoria, se usan términos y leyendas eufemísticas para describir un público educado, capacitado, exigente y sofisticado, en detrimento de otro que solo se interesa por el divertimento popular.

A pesar de estas afirmaciones vertidas en la prensa de la época, tanto en nuestro breve relevamiento como las entrevistas realizadas con adultos mayores que vivieron durante las décadas del treinta y cuarenta en distintos barrios porteños, es generalizada la evidencia de la supremacía del gusto por el cine norteamericano en sus distintos géneros narrativos.¹⁸ De este modo, las notas preliminares presentadas en este artículo junto con las otras fuentes que están siendo generadas por este proyecto van dando cuenta de un panorama más complejo y matizado sobre las dinámicas del campo cinematográfico porteño de estos años.

¹⁷ “Los films doblados en castellano”, *Heraldo del Cinematografista*, 23 de enero de 1935, Vol V, N° 186, p.855.

¹⁸ Para un mayor desarrollo sobre este aspecto de la recepción, véase Gil Mariño, Kelly Hopfenblatt y Sasiain (2020).

Hacia una periodización del negocio cinematográfico en el período clásico

El panorama de los barrios de Flores y Belgrano muestra una arena de negocios tensionada por conflictos entre sectores empresariales muy heterogéneos en su composición. En este texto tomamos el año 1938 porque consideramos que constituyó un punto de inflexión del período. Para ese momento los modos que habían adquirido las transacciones ya tenían una historia que condicionaba a los empresarios y a los públicos. Otra variable a considerar es que se trata del año previo a los cambios de negociaciones que se imponen frente a la coyuntura de la Segunda Guerra Mundial. Al mismo tiempo, es el momento en el que la producción nacional de películas comenzó a crecer más aceleradamente y se convirtió en un llamado de atención para las transacciones entre exhibidores y productores. Los años venideros se verían envueltos en las consecuencias comerciales devenidas del racionamiento de material fílmico y desembocarían en la regulación estatal de todos los negocios vinculados al cine.

El comportamiento de los empresarios hollywoodenses tendía a incrementar la rentabilidad de sus inversiones, para lo cual consideraban que en la metrópoli debían crear un modelo vertical de negocios que explotara todas las instancias, desde la producción hasta la exhibición, mientras en el extranjero la verticalidad solo comprendía la distribución y la exhibición. En Argentina, las *majors* encontraron una considerable red de operaciones comerciales vinculadas al cine, una plaza con públicos a los que debían adaptarse. Es probable que esa fuera una razón por la que decidieron dedicarse exclusivamente a la distribución sin abrir en esos años salas propias como en muchas otras plazas de la región.

Las *majors* manejaban reglas básicas para lograr un orden económico próspero que se traducía en la promoción de los contratos de exclusividad, la imposición de las operaciones según el formato *block booking* y la circulación de una cantidad ajustada de materiales fílmicos a partir de la puesta en marcha del

sistema de exhibición continuado. Todas las propuestas tendían a una operación de orden taylorista en donde cada agente del campo, incluidos los públicos, debían subordinarse a una disciplina impuesta desde arriba. Pero no funcionó en la muestra de referencia, o, al menos, no estuvo a la altura de lo esperado. Las tensiones con los exhibidores fueron permanentes y se resolvieron mediante acuerdos y desacuerdos, algunos en sede judicial.

En los barrios escogidos, durante 1938, no hubo tampoco salas que tuvieran un contrato de exclusividad con alguna de las distribuidoras, pero todas dependían de los codiciados films hollywoodenses para garantizar la presencia del público. Pocos cines acataron el ordenamiento del sistema continuado, pero todos tomaron algunos elementos de ese sistema para mixturarlo con las tradiciones locales. En este sentido, los exhibidores presentaban un frente muy heterogéneo, por lo que resultaba dificultoso establecer reglas que funcionaran para la mayor parte de las salas. Las lógicas de crecimiento o crisis económica de unos no parecían servir como modelo para los demás. Una gran volatilidad recorre ese universo que comparten pequeños, medianos y grandes empresarios. Los casos estudiados de Flores y Belgrano refuerzan esta perspectiva donde la heterogeneidad y la falta de una lógica ordenadora totalizante suponen el eje vertebral que conforma el negocio.

Los años finales de la década de 1930 fueron así un momento de inflexión que precedió a la emergencia de factores derivados del nuevo orden mundial que dispuso la Guerra y que fueron profundizando la volatilidad de la plaza hasta que el Estado imponga las regulaciones legales. En esos años crecieron los desacuerdos entre los empresarios argentinos y las *majors* norteamericanas.

Si bien la provisión de material virgen es uno de los ejes más conocidos de estos conflictos, no fue el único ni el primero. Las posiciones de los distribuidores extranjeros seguían exigiendo más disciplinamiento de los exhibidores y los

públicos. Es interesante en este sentido una columna de Alfred A. Frantz, corresponsal en Buenos Aires del *New York Times* en 1940, donde expresaba su queja principal hacia el programa monstruo y la “injusticia” que suponía el elevado número de películas que consumía el espectador porteño. Frente a ello señalaba que la regulación por parte del Estado no era conveniente, y planteaba que el interrogante sobre la conducta del público resultaba enigmático e imposible de descifrar para los empresarios norteamericanos.¹⁹

Los años venideros verían un gradual ordenamiento del campo cinematográfico porteño, aunque no sería necesariamente el buscado por los norteamericanos. En el campo exhibidor la conformación de grandes aglomerados empresariales alrededor de firmas como Cordero, Cavallo & Lautaret o la compañía de Clemente Lococo llevaría gradualmente a que hubiera mayor armonía en el comportamiento de las salas. Por otro lado, la presencia del cine argentino siguió creciendo hasta que la crisis del celuloide causada por la Segunda Guerra Mundial puso freno al rumbo ascendente de la producción nacional.

En este marco, tanto los distribuidores locales como los foráneos tuvieron que ir desarrollando constantemente estrategias para amoldarse a un nuevo contexto. Efectivamente, estos años fueron un marco ideal para que el cine argentino, que hasta 1942 presentó una línea ascendente en la cantidad de su producción, fuera ocupando cada vez más terreno para garantizar el abastecimiento a un público fiel y ávido de asistir a las salas de cine.

A partir del análisis presentado en este artículo, consideramos que resulta necesario concebir una periodización que dé cuenta de esta cambiante realidad del negocio cinematográfico en Argentina. Así, mientras el primer período habría estado centrado en los negocios entre agentes locales y europeos para culminar en el desembarco de las empresas norteamericanas, el período que nos ocupa

¹⁹ “Ouch! A Gaucho’s Grouch”, *New York Times*, July 29, 1940.

en este artículo gira en torno del ordenamiento que demandaban dichas empresas cinematográficas norteamericanas radicadas en el país. Este proceso de dominación desatado por las *majors* se verificó en todos los países de la región, pero en cada uno tuvo características y consecuencias diferentes a partir de un conjunto de factores, entre los que se cuentan la fuerza de las redes de exhibición local, las tradiciones de los modos de ir al cine por parte de los públicos, las legislaciones específicas, y la voluntad de negociar con los agentes locales o imponer formatos traídos del exterior.

El período de entreguerras fue para las empresas de cine y los públicos argentinos un periodo de tensiones y adaptación general. El desarrollo de estrategias de comercialización determinó el armado y la consolidación del mercado, aunque, como se observó, en esos años primó la inestabilidad del sector exhibidor. Muchas salas de cine se compraron, vendieron o alquilaron reiteradamente en breves lapsos de tiempo y en algunos casos de forma vertiginosa. Por otra parte, comenzaron a formarse las cadenas de salas con empresarios que competían y exponían disímiles visiones acerca de la mejor manera de crecer en el rubro.

Aún parecen enigmáticas las lógicas que regían la programación y circulación de las películas, pero es importante saber que no hay respuestas fáciles para estas cuestiones. Los relevamientos demuestran que no es posible seguir sosteniendo las viejas hipótesis que afirmaban gustos segmentados por barrios o centro. En ese sentido podemos afirmar que hay una enorme diversidad de realidades con respecto al espectáculo cinematográfico en cada barrio, tanto como en el centro.

Consolidar una nueva periodización del desarrollo de la exhibición y distribución del campo cinematográfico permitirá confeccionar una historiografía del cine nacional más compleja a partir de herramientas que excedan al análisis fílmico. Desde hace 60 años aproximadamente, los historiadores del cine trabajamos a

partir de los textos fílmicos destacados por los críticos de la época y pocas fuentes agregadas. En ese sentido, el diseño de una base de datos sobre carteleras ya se revela como una fuente de alto impacto para distintos estudios, tanto de los públicos como del desarrollo del negocio cinematográfico. Es la construcción de una fuente de base empírica que a veces complementa y otras se contrapone a las hipótesis surgidas previamente en base a fuentes documentales y hemerográficas, al mismo tiempo que abre nuevos interrogantes dirigidos a complejizar estas líneas de análisis.

¿Por qué nos interesa tanto esta arena de negocios que estamos describiendo? Porque de ellos se desprenden estrategias que direccionaron a los públicos en sus modos de ir al cine y en los gustos que se fueron desarrollando por los distintos géneros narrativos. La programación de las salas debe leerse como un signo que gravitó en la construcción de la identidad y los gustos de los habitantes urbanos modernos. En este sentido, es importante recordar que los públicos también presionaron para continuar ejerciendo sus elecciones de salas y programas, las formas de ir al cine de los niños y de los adultos, el tiempo que disponían para ese entretenimiento, la necesidad de conocer a las famosas estrellas o la trama de los modelos narrativos en auge, entre otras posibilidades. En algunos casos, ciertos públicos parecen respetar las tradiciones establecidas previamente por otros espectáculos populares.

Por otro lado, estudiar este terreno supone cuestionar la idea de popularidad vinculada con las tendencias de las realizaciones fílmicas y la mirada sobre géneros y estrellas particulares. Los éxitos y fracasos y su impacto sobre los planes de producción de las distintas compañías deben ser entendidos a partir de este panorama general que supone matizar y cuestionar la idea de permanencia en cartel o de gran número de proyecciones como sinónimo del favor de los espectadores.

En síntesis, estamos en el inicio de un camino, frente a un juego de tensiones donde cada parte esperaba beneficiarse de la mejor manera. El crecimiento del cine argentino en cantidad de películas sumó otros problemas. La aceptación del público obligó a pensar en formas de distribución, salas de estreno y modalidades de operaciones locales. La cantidad de proyecciones de estos films iba en aumento y todos, incluso las *majors*, se interesaron por esa parte del mercado. El período que se abriría a continuación impactaría definitivamente en los destinos del cine nacional.

Bibliografía

Campodónico, Horacio (2005). *Trincheras de celuloide. Bases para una historia político-económica del cine argentino*. Madrid: Fundación Autor-Univ. de Alcalá-Festival Internac. del Nuevo Cine Latinoamericano.

De Melo Souza, José Inacio (2016). *Salas de cinema e história urbana de São Paulo (1895-1930): o cinema dos engenheiros*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Di Núbila, Domingo (1960). *Historia del cine argentino*. Buenos Aires: Cruz de Malta.

España, Claudio (compilador) (2000). *Cine Argentino Industria y Clasicismo 1933-1956*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

Freire, Rafael De Luna (2012). *Cinematographo em Niteroy: história da salas de cinema de Niterói*. Niterói: NiteróiLivros/Rio de Janeiro: INEPAC.

Freire, Rafael De Luna y Natasha Hernandez Almeida Zapata (2017). "Quantas salas de cinema existiram no Brasil? Reflexões sobre a dimensão e características do circuito exibidor brasileiro" en *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, volumen 44, número 48, pp. 176-201.

Gil Mariño, Cecilia (2019). *Negocios de cine. Circuitos del entretenimiento, diplomacia cultural y Nación en los inicios del sonoro en Argentina y Brasil*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Gil Mariño, Cecilia, Alejandro Kelly Hopfenblatt y Sonia Sasiain (2020). "«Era aventura pura». Géneros cinematográficos, circuitos de exhibición e imaginarios en la Buenos Aires de las décadas de 1940 y 1950" en *EU-topías. Revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*, volumen 20, Universitat de Valencia, pp. 71-82. Disponible en: <https://ojs.uv.es/index.php/eutopias/article/view/19389>

Gil Mariño, Cecilia Nuria, Alejandro Kelly-Hopfenblatt, Clara Kriger, Marina Moguillansky, and Sonia Sasiain (2021). "Modern Routines: The Perception of Time and Space in Film Spectators'

Memories of Cinemagoing in 1940s Buenos Aires” en *Alphaville. Journal of Film and Screen Media*, número 21, pp. 160-177. Disponible en: <http://www.alphavillejournal.com/Issue21/HTML/DossierGilMarino.html>

González Velazco, Carolina (2012). *Gente de teatro. Ocio y espectáculos en la Buenos Aires de los años veinte*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Gunckel, Colin (2015). *Mexico on Main Street: Transnational Film Culture in Los Angeles before World War II*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Iturriaga Echeverría, Jorge (2015). *La masificación del cine en Chile, 1907-1932. La conflictiva construcción de una cultura plebeya*. Santiago de Chile: LOM.

Kelly Hopfenblatt, Alejandro (2015). “Un cine en transición: El aburguesamiento del cine argentino visto a través de las revistas especializadas” en *Imagofagia. Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, número 12. Disponible en: <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/article/view/827>

____ (2019). *Modernidad y teléfonos blancos. La comedia burguesa en el cine argentino de los años’ 40*. Buenos Aires: Ciccus.

Klenotic, Jeff (2011). “Putting Cinema History on the Map” en Maltby, Richard; Daniel Biltereyst y Philippe Meers (editores), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp.58 – 84.

Knight, Arthur (2011). “Searching for the Apollo: Black Moviegoing and its Contexts in the Small-Town US South” en Maltby, Richard; Daniel Biltereyst y Philippe Meers (editores), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp. 226-242.

Kruger, Clara (2009). *Cine y peronismo. El estado en escena*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Kruger, Clara (compiladora) (2018). *Imágenes y públicos del cine argentino clásico*. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

Kuhn, Annette (2002). *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*. London: I.B. Tauris.

Kuhn, Annette, Daniel Biltereyst y Philippe Meers (2017), “Memories of cinema going and film experience: An introduction” en *Memory Studies*, volumen 10, número 1, pp. 3 –16.

Lozano, José Carlos (2021). “Exposición de películas nacionales y extranjeras en seis ciudades mexicanas”. Conferencia brindada en el Seminario internacional. Estudios de público de cine clásico, 20 de septiembre. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=E_JyORxcV_w

Lusnich, Ana Laura, Alicia Aisemberg y Andrea Cuarterolo (editoras) (2017). *Pantallas trasnacionales. El cine argentino y mexicano del periodo clásico*. Buenos Aires: Imago Mundi.

Maltby, Richard; Daniel Biltereyst y Philippe Meers (editores), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, pp. 140-158.

Maltby, Richard, Melvyn Stokes y Robert Allen (eds.) (2007). *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema*. Exeter: Univ.of Exeter Press.

- Manfredi (h), Alberto N. (1989). *Augusto Álvarez, pionero de la cinematografía argentina*. Buenos Aires: Printex.
- _____. (s/f). *La industria cinematográfica en la Argentina*. Disponible en: <https://industriacinematograficaa.blogspot.com/>
- Martín Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Paladino, Diana (2020). *Conformación del Negocio Cinematográfico en la Argentina. La comercialización y explotación de películas entre 1914 y 1918*. Tesis de doctorado Universidad Nacional de La Plata.
- Peña, Fernando Martín (2012). *Cien años de cine argentino*. Buenos Aires: Biblos.
- Sedgwick, John (2011). "Patterns in First-Run and Suburban Filmgoing in Sydney in the mid-1930s",
- Serna, Laura Isabel (2014). *Making Cinelandia: American Films and Mexican Film Culture before the Golden Age*. Durham: Duke University Press.
- Silveira, Germán (2020). *Cultura y cinefilia. Historia del público de la Cinemateca Uruguaya*. Montevideo: Cinemateca Uruguaya.
- Stokes, Melvyn y Matthew Jones (2017). "Windows on the world: Memories of European cinema in 1960s Britain" en *Memory Studies*, volume 10, pp.78-90.
- Treveri Gennari Daniela, Danielle Hipkins y Catherine O'Rawe (editors) (2018). *Rural Cinema Exhibition and Audiences in a Global Context*. New York: Palgrave Macmillan.
- Treveri Gennari, Daniela, Catherine O'Rawe, Danielle Hipkins, Silvia Dibeltulo y Sarah Culhane (2020). *Italian Cinema Audiences. Histories and Memories of Cinemagoing in Post-War Italy*. New York: Bloomsbury Academic Publishing.

* Clara Beatriz Kriger es Doctora en Historia y Teoría de las Artes por la Universidad de Buenos Aires, donde se desempeña como Docente y Coordinadora del Área Cine y Audiovisuales del Instituto de Artes del Espectáculo. También es Docente en la Universidad Torcuato Di Tella. Es Directora del proyecto de investigación "Historia de los públicos de cine en Buenos Aires (1933-1955)" (PICT 02184). Es disertante en universidades extranjeras, como University of Cambridge (2010 y 2012), Universidad Nacional Autónoma de México (2015), Universidad de Lovaina (2016), Universitat Tübingen (2019), entre otras. Es autora de *Cine y Peronismo: El estado en Escena* (Siglo XXI, 2009) y *Cine y propaganda. Del orden conservador al peronismo* (Prometeo, en prensa). Compiló, entre los últimos libros, *Nueva cartografía de la producción audiovisual argentina* (Peter Lang, 2019), e *Imágenes y públicos del cine argentino clásico* (UNICEN, 2018). Ha escrito capítulos en una diversidad de libros y artículos en revistas especializadas, entre los más recientes en los volúmenes *A Trail of fire for Political Cinema. The Hour of the Furnaces. Fifty Years Later* (2019), *Cine de Investigación. Paradigmas sobre revelaciones y ocultamientos en el cine argentino* (2017), *Ward Film Locations*: Buenos Aires (2014), *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión* (2012). E-mail: clarakriger@hotmail.com

** Alejandro Kelly-Hopfenblatt es Doctor en Historia y Teoría del Arte por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es Investigador postdoctoral con una beca Zemurray-Stone en el Stone Center for Latin American Studies de Tulane University. Su investigación se centra en la historia del cine argentino y latinoamericano durante el período clásico, con especial interés en las redes de circulación y comercialización. Ha sido Becario doctoral y postdoctoral del CONICET y ha realizado estancias de investigación en la UNAM (Fideicomiso Teixidor), la Universidad de Sevilla (AUIP) y la University of Southern California (Fulbright-Ministerio de Educación). Ha publicado artículos en revistas y libros internacionales, y es autor del libro *Modernidad y teléfonos blancos: la comedia burguesa en el cine argentino de los años '40* (ENERC-INCAA-Ciccus, 2019), que resultó ganador del 3er Concurso Nacional y Federal de Estudios sobre Cine Argentino, Biblioteca ENERC-INCAA. E-mail: alejandro.kelly.h@gmail.com