



COMERC CINEMATogràFIC CATALÀ DURANT LA DICTADURA DE PRIMO DE RIVERA

ANA FERNÁNDEZ ÁLVAREZ

Doctora en Geografia i Història

Recepció i acceptació: setembre de 2023

Respecte de la cronologia que cobreix aquest article, resulta obvi dir que ja s'han publicat diversos estudis pel que fa a la relació entre el cinema i la dictadura de Primo de Rivera, però, en la majoria dels casos, s'ha fet atenent fonamentalment a aspectes estètics, estilístics o argumentals, i l'apartat estrictament comercial, quant a la distribució i a l'exhibició de films, ha quedat menys atès per la historiografia cinematogràfica. En aquestes pàgines, però, donada l'extensió que l'article ha de tenir, em limitaré a donar una informació molt succincta.

Des dels inicis del anys vint del segle XX i fins a la dècada dels anys trenta, es constituïren nombroses marques relacionades amb els sectors de la distribució i l'exhibició cinematogràfiques a Catalunya, fonamentalment a Barcelona. Per entendre aquest nombrós cens comercial hem de tenir en compte diversos factors, entre els quals, la facilitat existent legislativament a l'hora de crear empreses amb molt poc capital inicial, el fet que aquest dos sectors requerien una moderada inversió en infraestructures i que el cinema ja s'havia convertit en l'oci de masses per excel·lència¹.

Uns negocis on sovintejava el model de societat en comandita –normalment a partir de préstecs sense formalitzar notarialment i que més aviat solien ser aportacions de capital d'amics o familiars–, ja que a l'inici del període que ens ocupa difícilment s'optava per les societats anònimes. En la majoria dels casos, es tractava de marques que qui les registrava solia respondre com a persona física, no pas jurídica, causa principal de molts endeutaments personals i d'una alternança contínua entre baixes i altes mercantils, sobretot dins l'àmbit de la distribució².



Marca constituïda el 15 de febrer del 1919. La central era a Barcelona, al passeig de Gràcia, 32, però comptava amb catorze representacions per tot l'Estat.



Marca lligada comercialment a Miguel de Miguel i Grúas-Solano, que, des de l'octubre de 1919, anirà variant el disseny dels seus programes amb una gran i variada riquesa plàstica. Hi, intervindran grans dibuixants com fou el cas d'Emili Freixas i Aranguren, de qui és el dibuix d'aquest anunci, publicat a la pàgina 8 de *La Publicidad*, del 10 d'octubre de 1919.

En un principi, les còpies de films es venien del productor al distribuïdor, que podia ser majorista (representant de les grans cases) o detallista (que podia actuar com a llogater del material dels representants o com a majorista per llogar-lo després als exhibidors). En el primer cas, com que es treballava sobretot amb pel·lícules estrangeres, apareixia una altra figura entre el productor i el distribuïdor: l'importador o l'exportador, segons cada cas. Ara bé, des de bon principi, la importació de films va estar exclusivament lligada a les productores nacionals, ja que el distribuïdor no podia adquirir permisos d'importació si no comptava amb un estoc determinat de films nacionals a les seves llistes de distribució, un material que, respecte al forà, no resultava tan atractiu de comercialitzar.

Donada aquesta limitació, les cases estrangeres facilitaven mitjans a la producció nacional amb la finalitat de poder introduir el seu propi material i aconseguir, des de les seves filials al país, els necessaris permisos d'importació. Ara bé, en realitat no es tractava d'un veritable interès per produir cinema nacional, sinó de fer-ho per complir amb les incòmodes quotes d'importació, invertint el mínim en aquells films.

Foren tots aquests factors els principals responsables de mantenir el negoci immers en una crisi constant, juntament amb un proteccionisme estatal equivocat, sumat a la manca de

professionalitat de molts dels que muntaven aquells negocis, que es guiaven per un esperit autodidacta molt acusat. Sovint, a més, feien un ús molt inadequat dels seus beneficis, practicant en molts casos descapitalitzacions arbitràries: de la caixa sortia tot, les despeses d'empresa, el sastre, les vacances familiars, etc.

Si des del 1914 i fins a principis dels anys vint foren les cinematografies francesa, anglesa, italiana i nòrdica les que omplien les cartelleres dels cinemes, a partir dels vint ho seran l'alemanya i la nord-americana, primer a través de concessionaris francesos, després operant de manera directa. Començà, així, l'afebliment del ja més que decaigut negoci nacional, per culpa de les polítiques proteccionistes, les quals, paradoxalment i per incompetència, resultaren plenament nocives per a les marques catalanes en favor de les estrangeres.

Durant la dictadura de Primo de Rivera acabà passant allò que es repetiria durant l'etapa franquista: l'entrada de persones lligades directament amb aquest comerç dins els organismes de control estatals. Un fet que, en molts casos, avivarà les controvèrsies entre la distribució i l'exhibició, malgrat que facilitarà, per exemple, la rebaixa de les tarifes tributàries el 1926³, una de les poques intervencions dins el sector cinematogràfic d'aquesta dictadura, juntament amb les regulacions sobre les normes de censura dictades per la R.O. del 24 de novembre de 1927 i per l'article 618 de la reforma del Codi Penal de 1928, pel qual es prohibia i penalitzava la producció, distribució o exhibició de cintes obscenes, sota delictes d'escàndol públic. Unes penalitzacions proclamades –encara que no formalitzades oficialment– des de l'inici de la dictadura, quan el general Carlos de Lossada Canterac⁴, “actuant a

Durant la dictadura de Primo de Rivera acabà passant allò que es repetiria durant l'etapa franquista: l'entrada de persones lligades directament amb aquest comerç dins els organismes de control estatals.

favor de la moralitat”, anuncià que faria posar uns cartells a les façanes de les sales d'espectacles enumerant els càstigs que s'aplicarien a tots els espectacles que no fossin morals⁵.

Normes de censura que crearen molts conflictes i reclamacions a través de l'Associació General d'Empresaris d'Espectacles Públics, ja que la seva manca de claredat farà que els censors acabin actuant de manera molt arbitrària, tal com està passant actualment en poblacions on han tingut èxit els pactes entre la dreta i la ultradreta. Aquesta serà una de les poques qüestions que unirà exhibidors i distribuïdors en les seves demandes.

És també a la dècada dels vint quan la conflictivitat exhibició-distribució actuarà emprant mecanismes de defensa cada vegada més organitzats:

- Concentració de distribuïdors cercant l'aixopluc sota la protecció de les productores nacionals i les marques estrangeres més potents.
- Concentració dels empresaris exhibidors mitjançant societats.
- Existència d'una estratègia organitzada en paral·lel dins el món de l'exhibició, materialitzada en la constitució d'associacions d'empresaris, que il·lustra la conflictivitat constant entre els grans grups i els petits, disfressada de rivalitat entre la distribució i l'exhibició.

Una conflictivitat que cada vegada serà més nociva i que la premsa especialitzada de l'època ja evidenciava des de feia temps, quan descrivia quin era el problema etern del comerç cinematogràfic: la manca d'una legislació clara. Una legislació que evités la sagnia de capitals i que servís per solucionar els conflictes cada vegada més evidents entre les diferents branques d'aquest comerç.

Per exemple, M. Muñoz al seu article “¿Hay pánico?”⁶, destacava la necessitat d'establir una política d'estrenes, d'acabar amb els continus conflictes entre la distribució i l'exhibició, així com els existents entre els empresaris de locals dedicats al teatre i els dels dedicats al cinematògraf. Reflexions publicades el 1919, però que continuarà sent necessari plantejar-se durant tota la dictadura de Primo.

En aquells moments, qui podia fer de mitjancer en aquesta conflictivitat eren, per part dels exhibidors, el Sindicat d'Empreses Cinematogràfiques de Catalunya, fundat l'any 1912, i, per part dels distribuïdors, la Unión de Fabricantes, Representantes y Alquiladores de España, constituïda el 1913, i la Mutua de Defensa Cinematogràfica Española, el 1915. Unes organitzacions que demostraren ser absolutament ineficaces.

La qüestió estava centrada en un problema de fons molt greu: el sotmetiment als interessos de les marques estrangeres que, com que monopolitzaven el control del material que es podia distribuir, podien també controlar els preus de lloguer per als exhibidors. Aquests, encara que participaven en petita escala de la distribució, necessitaven liberalitzar el mercat i reduir els preus de lloguer. A més, demanaven unificar els preus, tenint en compte la taula de categories amb què es classifiquen els locals⁷, i acabar amb l'intrusisme dels no professionals

Companyia fundada a Barcelona el 1920 per Sadurní Hugué i Riba.



en el negoci, els quals solien treballar amb material ja vell, distribuint-lo il·legalment a molt baix preu, cosa que contribuïa a agreujar la malaltia del comerç cinematogràfic. Aquest pèssim material, adquirit a un preu ridícul, ajudava a desacreditar l'espectacle i a dinamitar el mercat amb l'oferta de lloguers baixíssims.

La tàctica dels exhibidors fou des d'un principi la d'acaparar sales i així poder imposar els preus dels lloguers, maniobra que començà a ofegar la rendibilitat del negoci de la distribució i que, a més a més, va anar acompanyada de desorganització i d'especulació.

Una altra problemàtica dins el comerç era el tema de la protecció enfront del sistema aranzelari, ja que el 60% dels beneficis cinematogràfics anaven a parar a mans de les cases estrangeres⁸, qüestió per la qual es demanaven més permisos d'importació, deslligant-los de la quota de pantalla imposada per protegir el cinema nacional.

Molts mecanismes de defensa obeïen més a la picaresca que no pas a la intel·ligència comercial, és el cas de la tolerància del "passi"⁹ i del sistema de programes de quatre dies per tres, és a dir, pagar el lloguer per tres dies, però projectar la còpia un dia més, cosa que feia perdre disset programes cada any al distribuïdor.

La situació era tal que la Unión Cinematográfica Española, fundada el 1926, va haver de convocar una reunió el 1928 per tal de sol·licitar al govern mesures proteccionistes especials i, l'octubre del 1928, durant la celebració del I Congreso Español de Cinematografía a Madrid, patrocinat per la revista *Pantalla*, es plantejaren propostes com:

- Establir una quota de pantalla per protegir el cine nacional: exhibició de 5 films espanyols per cada 100 d'estrangers.
- Obligació del proveïdor de pel·lícules estrangeres de comercialitzar material espanyol al seu país en una proporció de 20 a 1.
- Continuar insistint en la necessitat d'una normativa que regulés el negoci cinematogràfic.

El 1929, des de la secció de cinema de l'Asociación de Empresarios de Espectáculos Públicos, s'invità tots els sectors cinematogràfics que presentessin, davant una Comissió recentment constituïda al Consejo de Economía del Ministerio de Industria, informes sobre la seva situació i propostes per millorar-la. Una crítica situació a la qual hem d'afegir les despeses que va suposar l'entrada del cinema sonor, fonamentalment per als exhibidors, obligats a fer grans inversions per a adaptar-se tècnicament a aquesta nova modalitat.

Finalitzada feia poc la dictadura de Primo de Rivera, va tenir lloc, el 1931, el I Congreso Hispanoamericano de Cinematografía, durant el qual es van formular solucions més racionals a les que s'havien plantejat anteriorment, malgrat que tampoc van significar cap panacea per a aquests sectors.

Una crisi comercial que, fins als nostres dies, s'ha mantingut constant i amb problemàtiques similars a les de dècades anteriors. Fixem-nos per exemple en el fet que encara es manté per llei la quota de pantalla, considerada per distribuïdors i exhibidors com una norma injusta, obsoleta i absolutament ineficaç a l'hora de protegir el cinema de producció nacional, tot el contrari del que argumenten les productores independents, els quals, lògicament, aposten per endurir-la encara més. A hores

Marca constituïda per
Rodrigo Soler i Palau l'any
1925.

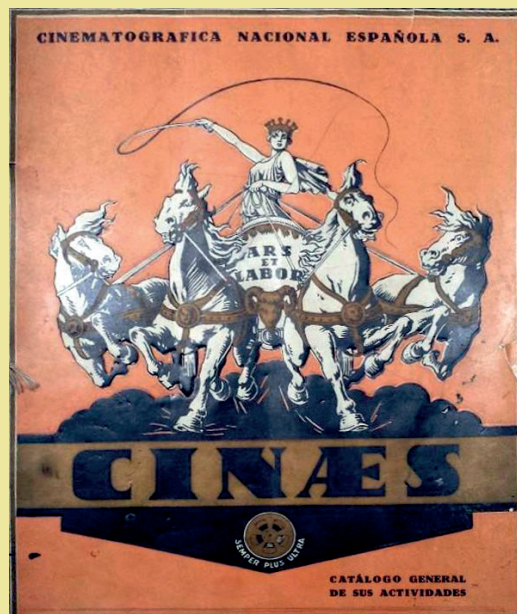


d'ara, és un dels punts de controvèrsia més sensibles davant l'actual projecte de Llei del cinema i de la cultura audiovisual¹⁰.

També continua sent una realitat el control estranger del sector, que primer ostentaven les anomenades majors¹¹ i, ara, les grans plataformes digitals. Però això, ja és una altra història...

NOTES

- 1 El 1914 ja hi havia censades a Barcelona més de 100 sales de cinema. Vegeu: *Arte y Cinematografía*, 3 d'agost de 1914, pàgina 42.
- 2 Una persona física és responsable dels deutes i obligacions a nivell escala personal. Els deutes o obligacions d'una persona jurídica es redueixen als béns de l'empresa.
- 3 Rebaixes relacionades amb la R. O. del 21 de maig de 1926. La base de contribució per a un comerç com aquest solia ser del 0,35%. Els fisc assumit per les empreses cinematogràfiques a l'època es desglossava de la següent manera següent: un 5% de la recaptació era per a la Junta de Protecció a la Infància, un 2% per a la Societat d'Autors i un 10% del recaptat per als respectius Ajuntaments.
- 4 Carlos de Lossada Canterac (Toledo, 27 de desembre de 1861 - Montcada i Reixac, 19 d'octubre de 1936). Nomenat governador civil de Barcelona pel general Primo de Rivera, càrrec que ostentà entre el 13 setembre de 1923 i el 6 de setembre de 1924.
- 5 Vegeu: pàgina 4 del diari *El Día*, del 17 de setembre de 1923.
- 6 *Arte y Cinematografía*, número 210, 31 d'agost de 1919.
- 7 Es contemplaven tenien en compte cinc categories de locals: d'estrena, reestrena, segona reestrena, de tercera i successives reestrenes i local d'actualitats. Una classificació que es corresponia a localitats anomenades preferents, és a dir, grans capitals. Sobre aquest tema vegeu: FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, Ana. "El comerç cinematogràfic espanyol. Problemàtica de la distribució i de l'exhibició". *Cinematògraf*. Institut d'Estudis Catalans: Societat Catalana de Comunicació, número 3, 2001.
- 8 Vegeu: *Arte y Cinematografía*, números 25-26, any 1920.
- 9 El sistema del passí s'utilitzava quan l'exhibidor controlava més d'una sala en una mateixa ciutat, de tal manera que llogant un film al distribuïdor podia exhibir-lo en més d'una de les seves sales. La distribuïdora servia en aquests casos dues còpies. Es pagava un lloguer o bé es funcionava amb el sistema prèviament acordat per a una primera còpia i es donava un tractament econòmic proporcional a la segona.
- 10 L'avantprojecte d'aquesta Llei, aprovat pel Govern el gener de 2022, fixava als cinemes un mínim del 20% de films comunitaris o iberoamericans, front davant la Plataforma de Productores Independents (PAP), que demanava un 40%. L'aplicació d'aquesta nova Llei està prevista per al darrer trimestre de 2023.
- 11 Grups empresarials formats per diferents companyies de producció i distribució amb inversions estratègicament diversificades en els diferents segments d'aquest dos sectors. Una modalitat que els permet mantenir la seva posició de domini dins la indústria cinematogràfica.



Cinaes, successora, a partir de 1928, de l'Agència General Cinematogràfica, agència fundada per Joan Verdaguer i Mota l'any 1913.