

Rubén PALLOL TRIGUEROS¹

Domesticar la mujer moderna. El papel de la prensa de masas española en la resignificación de los modelos de feminidad propuestos por el cine en la década de 1920

Resumen. – El objeto de estudio del presente trabajo son las relaciones entre cine y sociedad en los medios urbanos en la década de

¹ Esta investigación forma parte del proyecto de investigación Complutense “La sociedad urbana en la España del primer tercio del siglo XX. Madrid y Bilbao, vanguardia de la modernidad, 1900-1936”, (Referencia: HAR2015-65134-C2-1-P) del Plan Nacional de I+D, Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento financiado por MINECO/FEDER y “La sociedad urbana en España, 1860-1983. De los Ensanches a las áreas metropolitanas, cambio social y modernización” (Ref.: PGC2018-096461-B-C41) del programa Proyectos I+D del Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, Programa Estatal de Generación de Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico del Sistema de I+D+i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

1920. A partir del caso de Madrid, se constata la creciente popularidad del cine como entretenimiento, pero también como fuente simbólica en la creación de nuevas formas de identidad social. Y, en consecuencia, la preocupación expresada en la prensa por dicha influencia en un terreno concreto: las relaciones de género y el fomento de un nuevo modelo de feminidad a través de las estrellas de Hollywood. En el texto se analiza cómo el tratamiento de las actrices por periódicos y revistas, por un lado contribuía a amplificar su influencia entre la población mientras que por el otro trataba de neutralizar o resignificar su fuerza simbólica y potencialmente disruptiva del orden moral y de género.

Palabras clave. – Cinematógrafo, Feminidad, Cultura urbana, Prensa de masas.

Résumé. – Cette étude a pour but l'analyse des rapports entre cinéma et société dans le contexte urbain des années 1920. À partir du cas de la ville de Madrid, nous décrivons la popularité croissante du cinéma comme loisir, mais aussi comme matériau symbolique pour la création de nouvelles formes d'identité sociale. Nous montrons à quel point le cinéma suscita des préoccupations dans la presse en raison de son influence sur les rapports de genre et de l'émergence de nouveaux modèles de féminité à travers les stars d'Hollywood. Nous analysons comment le traitement des actrices par les magazines et les journaux contribua à augmenter leur popularité et leur capacité d'influence, même si l'intention des journalistes et des écrivains était de neutraliser ou de resignifier leur force symbolique, et potentiellement disruptive, envers l'ordre moral et les rapports de genre.

Mots-clés. – Cinéma, Féminité, Culture urbaine, Presse grand public.

La prensa, el cine y la revolución urbana a comienzos del siglo XX

Igual que hoy nadie duda de que la revolución tecnológica asociada a los medios de comunicación está transformando radicalmente las relaciones sociales y las formas de identidad cultural a lo largo y ancho del mundo globalizado, parece innegable reconocer que una revolución parecida se produjo a comienzos del siglo XX en las sociedades occidentales (o en contacto con el capitalismo occidental). El telégrafo, el

teléfono, la fotografía, la cinematografía, la invención del fonógrafo y de la radio o la aparición de la prensa de masas, entre otros fenómenos, provocaron un efecto demoledor y renovador no solo en el modo de comunicarse y relacionarse, sino en la misma concepción del mundo y de la realidad más inmediata de aquellos que los utilizaron o estuvieron expuestos a su influencia. Ni más ni menos que la difusión masiva de imágenes, sonidos y representaciones a través de los nuevos medios de comunicación de masas lograron en la práctica achicar las distancias y burlar el reloj haciendo casi inmediato el contacto con lugares que antes eran remotos y de los que no llegaba noticia más que pasados semanas, meses, o años. En fin, tiempo y espacio se relativizaban, o incluso se abolían, en un nuevo mundo cada vez más integrado gracias a los milagros tecnológicos². Y con ellos también se hacían más porosas hasta casi disolverse las viejas fronteras que habían marcado la distinción social y cultural en el pasado. Por un lado, ahora era posible que la información llegara en mayor cantidad y a más gente, a una velocidad antes impensable en el pasado. Simplemente con pensar en la capacidad de la radio para transmitir un mensaje de manera casi instantánea a naciones enteras se puede vislumbrar la ruptura que, por ejemplo, en el mundo de la política esto suponía con aquel siglo XIX liberal en que las consignas y los idearios se transmitían a través de periódicos para quien supiera leer o en parlamentos y mítines en que se reunía solo la gente hasta donde la voz del orador alcanzara. Por otro lado, se vinieron abajo muchas fronteras entre naciones y culturas antes solo franqueables por elites intelectuales. La fotografía, por ejemplo, permitía representar con una verosimilitud y persuasión realidades muy lejanas y poner al alcance de la vista, incluso de aquellos que no sabían leer, modelos y referentes culturales que llegaran desde cualquier confín del mundo. La moda, en este caso, no volvería a ser la misma desde el momento en que una muchacha de un barrio popular de cualquier ciudad española podía admirar y desear imitar un peinado de una actriz de cualquier ciudad norteamericana o europea³.

² OTERO CARVAJAL, Luis Enrique, “La sociedad urbana en España. Vanguardia de la modernidad 1900-1936”, en OTERO, Luis Enrique y BEASOCECHEA, José María, *Las nuevas clases medias urbanas. Transformación y cambio social en España, 1900-1936*, Madrid, Catarata, 2015, p. 15-38; DENNIS, Richard, *Cities in Modernity: Representations and Productions of Metropolitan Space, 1840-1930*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.

³ RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria, *La capital de un sueño: Madrid en el primer tercio del siglo XX*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2015.

De entre estas novedades en la comunicación de masas quizá la que tuvo un efecto más disruptivo, por su popularidad y su capacidad de influencia, fue el cinematógrafo que, inventado hacia finales de siglo XIX, ya se había erigido tras la Primera Guerra Mundial en la forma de entretenimiento predilecta de todas las clases sociales en las grandes ciudades europeas y americanas. Este fenómeno, con ser conocido y ser aludido a menudo en las obras generales de historiografía, en cambio no ha generado una producción investigadora demasiado abundante, al menos en España. Es cierto que existe toda una disciplina consolidada de Historia del cine en España, con cátedras específicas y encuentros y publicaciones especializadas, pero su desarrollo se ha realizado por lo general fundamentalmente vinculado a los intereses de la Historia del Arte o de la Ciencias de la información que son las áreas de conocimiento en que se ha mostrado preocupación por su cultivo. Se echan en falta, en cambio, trabajos que se preocupen por las complejas relaciones e interacciones entre el desarrollo de la producción cinematográfica, la circulación de películas nacionales y extranjeras, su consumo y recepción y las transformaciones en el contexto social en que estos fenómenos tenían lugar. En fin, falta aún una historia sociocultural del cine a la manera que sí se ha emprendido en el estudio de otros cambios culturales de primera magnitud que alumbraron la modernidad de comienzos de siglo XX y que van desde la aparición de nuevas culturas y comportamientos políticos hasta el desarrollo de la sociedad de consumo en España, pasando por la reconfiguración de las relaciones de género, el despertar de la revolución sexual o la consolidación del ocio moderno⁴. Como se defenderá en este texto y se pretenderá demostrar, una historia de estas características el

⁴ Si bien deben citarse notables excepciones, entre las cuales cabe destacar las de PAZ REBOLLO, María Antonia, “Cine para la historia urbana: Madrid, 1896-1936”, *Historia Contemporánea*, n°22, 2016, p. 179-214; RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ BIOSCA, Vicente, *El pasado es el destino: propaganda y cine del bando y nacional en la Guerra Civil*, Madrid, Cátedra, 2011; COUTEL, Evelyne, “La estrella como elemento perturbador: el ejemplo de Greta Garbo y su recepción en la España de los años veinte y treinta”, *Secuencias*, n°46, 2019; CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, *Por el precio de una entrada: estudios sobre historia social del cine*, Madrid, Ediciones Rialp, 2005; GARCÍA CARRIÓN, Marta, *Por un cine patrio: Cultura cinematográfica y nacionalismo español (1926-1936)*, Valencia, Universitat de València, 2014; GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando y CAMPORESI, Valeria, “Un ‘progreso en el arte nacional’ Ibérica Films en España, 1933-1936”, *BSAA Arte*, n°77, 2011, p. 265-285.

fenómeno cinematográfico y su influencia debe estudiarse trascendiendo el propio medio y no limitarse al análisis de las películas. En realidad, buena parte del contacto de la sociedad con los contenidos de las películas se hacía a través de la prensa, que difundía anuncios de las nuevas producciones, explicaba argumentos o popularizaba a imagen de determinadas actrices y actores, en fotografías, reportajes y noticias sobre sus vidas privadas y públicas. El cine no habría alcanzado la popularidad que obtuvo y habría sido leído de otra manera sin este apoyo constante en la prensa.

El presente trabajo pretende, pues, ofrecer una contribución en dicho sentido para poner el foco en las relaciones complejas entre la difusión de nuevos valores y referentes culturales que alimentó la irrupción de los nuevos medios de comunicación de masas y particularmente el cinematógrafo y la prensa, y los nuevos comportamientos sociales y la aparición de nuevas formas de identidad social en la sociedad urbana española de comienzos de siglo XX, con especial atención a Madrid en la década de 1920. Más concretamente, la investigación se ocupará del modo en que los contenidos del cine difundido tanto a través de películas como de la prensa pudieron contribuir a la difusión de la mujer moderna, un estereotipo de gran poder simbólico en un momento de profundas reconfiguraciones en las relaciones de género⁵, que afectaban a todas las esferas de la vida, merced a la profundización en las dinámicas de desarrollo capitalista y de transformación sociopolíticas auspiciadas por las reformas liberales y democratizadoras. La familia, el mercado laboral, la esfera y el espacio públicos o la arena política estaban experimentando transformaciones radicales en su constitución y funcionamiento, abriendo nuevas posibilidades de participación a las mujeres, al tiempo que forzando nuevos comportamientos por su parte. El cine y la prensa moderna, junto a otros medios de difusión cultural, proporcionó los modelos con que inspirar los comportamientos y actitudes de mujeres que se adentraban en el terreno desconocido de las nuevas relaciones sociales en el espacio público, ya indicando el camino para expandir sus márgenes

⁵ LLONA, Miren, *Entre señorita y garçon: historia oral de las mujeres bilbaínas de clase media (1919-1939)*, Málaga, Universidad de Málaga, 2002; ARESTI, Nerea, *Médicos, donjuanes y mujeres modernas: los ideales de feminidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2001; VVAA, *The Modern Girl Around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, 2008.

de acción y autonomía, ya para tratar de limitarlos o encauzarlos⁶. Si bien el cine no fue el único canal por el que transitaron dichos modelos, sí que adquirió un grado de influencia cualitativamente superior por la potencial universalidad y homogeneidad de su discurso. El cine resultaba imbatible por la letra escrita y los mensajes que esta transmitía; por mucho que los índices de alfabetización aumentasen y la socialización de la lectura se expandiese, las películas proyectadas eran accesibles a la práctica totalidad de la población con un rasgo que además las diferenciaba del teatro y formas de representación de éxito popular. Y es que en la era de la reproductibilidad técnica, un mismo mensaje podía ser transmitido para públicos separados en el tiempo o en espacio: la misma película (o al menos un fragmento de ella) llegaba tanto a los habitantes de Los Ángeles o Madrid, de Londres o de Moscú, poniendo a disposición de gentes distantes los mismos referentes culturales de una manera casi simultánea.

El alcance casi universal y homogéneo del mensaje cinematográfico no debe llevar, como quizá ha sucedido demasiado frecuentemente, a sobredimensionar la capacidad de influencia de un supuesto mensaje propagandístico subyacente e intencionado por parte de sus creadores, ya fueran estos los directores, los productores o los poderes económicos o políticos que controlaran la producción cinematográfica. Demasiado frecuentemente se asume la omnipotencia persuasiva del discurso cinematográfico, a la manera en que lo señalaron tempranamente Adorno y Horkheimer⁷ al convertirlo en instrumento paradigmático de la industria cultural al servicio del capitalismo tardío, y se desprecia la capacidad de interpretación y apropiación diferenciada de ese discurso de la que podían hacer gala los espectadores. Particularmente en la época del cine mudo, en el que el discurso dramático que ofrecía una película estaba menos cerrado que posteriormente cuando los diálogos subrayaban determinados significados en la trama. Y no solo es que las películas pudieran ser leídas de manera diferente por los distintos espectadores, sino que tampoco existe demasiada seguridad sobre el contenido exacto de las proyecciones que llevaban a cada sitio. Sin duda existieron contenidos (escenas y fragmentos de filmes) que llegaron a prácticamente todos los

⁶ RABINOVITZ, Lauren, *For the Love of Pleasure: Women, Movies, and Culture in Turn-Of-The Century Chicago*, New Brunswick, N.J., Rutgers University Press, 1998.

⁷ ADORNO, Theodor W. y HORKHEIMER, Max, “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”, *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Akal, 2007 [1944].

rincones del planeta, de igual manera que determinados personajes (Charlot, por ejemplo) o intérpretes (Greta Garbo) eran universalmente conocidos, pero hay muchas dudas sobre las películas que realmente se proyectaban en los primeros tiempos del cine⁸. Tanto porque en su circulación pudieran deteriorarse e ir reduciendo su metraje como por la práctica de muchos distribuidores de alterar los productos para adaptarlos a los gustos de cada ciudad. A esto habría que añadir la intervención de una incipiente censura que se articulaba desde diferentes poderes. Problema de mayor calado es el de la consciencia de que hoy por hoy solo disponemos de una muy pequeña parte de las producciones cinematográficas que en su día circularon, particularmente en los tiempos del cine mudo, y que por lo tanto toda interpretación que podamos hacer sobre la influencia del discurso fílmico sobre los comportamientos sociales se funda en un terreno incierto, en un repertorio de imágenes fragmentario y en un canon cuya conformación ha sido más bien azarosa.

Los problemas señalados más arriba, no obstante, no son exclusivos del análisis del pasado a través de las fuentes fílmicas y ya hace tiempo que se abordaron desde la historia sociocultural a cuyos enfoques nos remitimos en la presente investigación, partiendo del énfasis que tanto Stuart Hall y otros miembros de la Escuela de Birmingham como Edward P. Thompson y otros investigadores pusieron en la capacidad de reapropiación creativa y de reinterpretación simbólica que las clases populares han ejercido históricamente sobre los discursos destinados a reforzar su dominación⁹. Dos recetas, de cierta similitud, convienen ser rescatadas de entre la tradición de historia cultural y ser adaptadas al caso de estudio que aquí se aborda.

Por un lado, la advertencia de Roger Chartier sobre la necesidad de reconstruir los contextos sociohistóricos precisos en que un determinado producto cultural circula para reconstituir el modo de lectura concreto en el que pudo interpretarse¹⁰. Así, si deseamos conocer la influencia que la representación de las mujeres en el cine de la década de

⁸ COUTEL, Evelyne, *Les stars et la cinéphilie dans la culture cinématographique espagnole du début du XX^e siècle : le cas Greta Garbo*, Tesis doctoral inédita, Universidad de Paris 4, 2014.

⁹ JEFFERSON, Tony y HALL, Stuart (ed.), *Resistance through rituals: Youth subcultures in postwar Britain*, London, Unwin Hygman, 1989; THOMPSON, Edward Palmer, *The Making of the English Working Class*, IICA, 1970.

¹⁰ CHARTIER, Roger, "Le monde comme représentation", *Annales*, vol. 44, n^o6, 1989.

1920 pudo tener en los comportamientos sociales y en la reconfiguración de las relaciones de género en el Madrid de la época, es imprescindible conocer con la mayor precisión posible qué películas se estrenaron en la capital española, en qué cines, en qué formato y el éxito alcanzado, para así hacernos una idea lo más aproximada posible sobre los materiales y discursos bajo cuya influencia podía encontrarse la población estudiada. Con todo lo obvia que pueda parecer esta afirmación, lo cierto es que aún carecemos de estudios sistemáticos de carteleras o de análisis profundos de la actividad de distribuidores y exhibidores en la ciudad de Madrid que nos permita conocer el contexto sociohistórico de consumo cinematográfico en esta época.

La segunda receta debe rescatarse del clásico trabajo de Carlo Ginzburg *El queso y los gusanos* y de su esfuerzo por obtener la clave de lectura a través de la cual su molinero protagonista interpretaba los libros que caían en sus manos¹¹. Solo en un ejercicio microhistórico similar que, cruzando fuentes de diversa naturaleza consiga reconstruir las tramas simbólicas y las lecturas concretas que de los artefactos culturales realizaron los coetáneos en un tiempo y lugar preciso, podremos acercarnos a entender cómo influían las películas de principios del siglo XX en quienes las veían. Como los propios microhistoriadores han destacado, el alcance de una investigación así planteada es necesariamente limitado, pero sin duda mucho más preciso que las conclusiones generalistas que de una obra o un repertorio limitado de obras se pueda hacer al margen del tiempo y el lugar en que fueron producidas o leídas.

En la investigación que aquí se presenta acometeremos ese ejercicio sometiendo a un cruce de lecturas entre los discursos fílmicos disponibles en el Madrid de la década de 1920, es decir, las películas realmente estrenadas (que se pueden conocer a través de la información que proporcionan los periódicos en sus carteleras y sección de anuncios de espectáculos), y el significado que se imprimía o se pretendía imprimir a estos discursos, a través también de la propia prensa y de sus secciones de noticias y crítica cinematográfica. Estas adquirieron especial relevancia en los primeros años del cine aún mudo, en que era común la publicación de largos artículos con la trama de las películas para hacerlas comprensibles al público, pero en las que también abundaban las noticias sobre los acontecimientos en Hollywood y la vida de unas estrellas que

¹¹ GINZBURG, Carlo, *El queso y los gusanos: el cosmos según un molinero del siglo XVI*, Barcelona, Península, 2001 [1976].

cada vez atraía más la atención del público. Y, por supuesto, había un hueco para la valoración de los estrenos de películas en un ejercicio que basculaba entre los primeros pasos de una crítica cinematográfica recién nacida en España y la publicidad encubierta a la que se prestaban los periódicos en favor de distribuidores y exhibidores que importaban filmes a España¹². En fin, además de informar sobre el vibrante y cada vez más popular cine, la prensa también trataba de intervenir tanto en el propio mercado de exhibición, promocionando y anunciando espectáculos, como resignificando o adaptando los discursos que portaban las películas estrenadas, constituyéndose en una fuente de especial valor para el estudio que nos proponemos.

En un primer apartado de la investigación se abordará el estudio de la prensa madrileña como testigo de la revolución que en las formas de ocio y sociabilidad vivió Madrid tras la Primera Guerra Mundial, constatando la toma de conciencia por parte de periodistas y comentaristas sociales de la fuerza de la influencia del cine en las costumbres y en los comportamientos. Un segundo apartado se ocupará del papel de la prensa como altavoz del espectáculo cinematográfico, en un triple sentido. Primero analizando las carteleras madrileñas entre 1920 y 1930, constatando la ampliación de la oferta y la hegemonía alcanzada por el cine como entretenimiento de masas. Segundo, destacando los ejercicios deliberados de algunos periódicos por promocionar determinadas producciones e influir en la constitución de un público en formación. Y tercero, se prestará atención a la contribución del medio a la difusión y consolidación del *star system* cinematográfico, a través del espacio dedicado particularmente a la publicación de fotografías y reportajes sobre actrices. Finalmente, el tercer apartado se centrará en el papel de la prensa como adaptadora y resignificadora de los referentes y símbolos de los que eran portadoras las películas, con especial atención a la preocupación que despertó la representación de la feminidad moderna introducida por producciones extranjeras. En los análisis presentados en este trabajo se prestará especial atención a tres figuras que concentraron en su día la fascinación y la ansiedad que simultáneamente despertaba el nuevo tipo de mujer reflejado por las películas: Theda Bara, Pola Negri y Louise Brooks. Tres actrices que provocaron ríos de tinta en la prensa

¹² HERNÁNDEZ CANO, Eduardo, *Palabras sobre imágenes. Autoridad intelectual, ensayo y cultura visual de masas en España*, Tesis doctoral inédita, New York University, 2016.

poniendo a nuestra disposición el caudal de discurso con el que aproximarnos a las percepciones y claves simbólicas con las que el público madrileño de la década de 1920 las percibía y las entendía.

Cine, ocio y revolución de las costumbres en el Madrid de la década de 1920

Mucho antes de que Theodor Adorno y Max Horkheimer viajaran a Estados Unidos y publicaran su célebre ensayo “La industria cultural o la Ilustración como engaño de masas” en el que aseveraban que la función fundamental de las nuevas formas de arte de masas era la propaganda del propio sistema capitalista, dichas percepciones, acaso en un tono menos agrio, crítico o desencantado, ya eran comunes en Europa. Se pudieron leer tan pronto como en 1921, en el diario madrileño *El Sol*, que por aquel entonces ya tenía una sección semanal titulada “Cinematografía” en la que eran comunes, además de las valoraciones de las películas recién estrenadas o la glosa de las noticias sobre actores llegadas de Europa y Norteamérica, los artículos de fondo reflexionando sobre algunos aspectos sociales provocados por el cine. Y en uno de estos, quien firmaba como Tosantd se pronunciaba no muy diferentemente a los filósofos alemanes cuando señalaba:

Los americanos han logrado avituallar todos los mercados cinematográficos del mundo y hacer propaganda de su país [...]. ¡Y qué propaganda! Basta decir que durante la proyección de películas americanas los públicos conviven con ellos, ven palpar en la pantalla las sensaciones de la vida yanqui en las grandes urbes de Norteamérica, agrandadas por la fantasía popular. Algunos que se han dejado llevar de esta fantasía ansían pisar el suelo americano para que la fortuna, allí tan “halagadora”, les depare lo que les niega su patria¹³.

Y con la misma suspicacia que los autores de la Escuela de Frankfurt, también este anónimo periodista español denunciaba el engaño de masas que provocaba el cine (“La realidad de la vida yanqui no se parece en nada a lo proyectado en la pantalla¹⁴”) y hasta denunciaba los males de

¹³ TOSANTD, “[Desde mi butaca] El cinematógrafo como medio de propaganda”, *El Sol*, 3 de febrero de 1921.

¹⁴ *Ibid.*

una sociedad, la estadounidense, ni tan justa ni tan próspera donde “hay millones de mártires que soportan los horrores de miles de miserias”¹⁵. Pero, a diferencia de Adorno y Horkheimer, el articulista de *El Sol* no buscaba denunciar las atrocidades del capitalismo tardío, sino que le movía más bien la envidia patriótica. En última instancia, lo que defendía el artículo era un impulso de la cinematografía nacional que cambiara la imagen exterior del país, para lo que animaba a particulares y autoridades: “Manos a la obra, empresarios. Pintad nuestro país en la pantalla con los más vivos colores. Recabad el auxilio de nuestro gobierno y comenzad la producción”¹⁶.

Artículos sobre este tema eran habituales en la prensa. Había mucha preocupación sobre la imagen proyectada de España y muchas ideas de cómo cambiarla a través de la producción propia¹⁷. También se reflexionaba sobre los fines educativos que podía cumplir el cine y el bien o mal que las películas podían hacer a la infancia. En definitiva, había una clara conciencia de la utilidad del cine como propaganda. Al mismo tiempo, se era muy sensible a los valores, modelos y referentes de todo tipo que el cine propagaba, al margen de cualquier proyecto ideológico deliberado, por el mero hecho de retratar una sociedad como la americana y ofrecerla al resto del mundo. Así lo hacía sentir Antonio Armenta en el mismo diario *El Sol* por esa época al señalar que “el cinematógrafo ha sido y continuará siendo un activo renovador de costumbres” y que lo hacía produciendo esa casi abolición de distancia temporal y geográfica que indicábamos en la introducción:

Las modas, que tan lentamente pasaban desde los países implantadores a los imitadores, logran rápidamente su extensión por medio del cinematógrafo. No hace mucho tiempo se daba el caso de que las modas parisinas tardaban dos o tres años en llegar a España, y se acogían tímidamente, luchando de continuo con el temor de la censura ajena. Hoy, las cosas han cambiado radicalmente. No sólo de Francia, sino de Norteamérica, saltan a nuestro país las modas, tanto masculinas, como femeninas, en el mismo año de lanzarse, y además, no escandalizan éstas

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ GARCÍA CARRIÓN, Marta, “Peliculera y española. Raquel Meller como icono nacional en los felices años veinte”, *Ayer*, n°106, 2017, p. 159-181.

por muy atrevidas que sean. La razón es sencillísima: el cinematógrafo las vulgariza de tal modo, que no producen sorpresa¹⁸.

El periodista subrayaba además como uno de los rasgos característicos de la nueva cultura urbana madrileña la creciente hegemonía que el estilo de vida americano ejercía como modelo de modernización. Ya no era París o Londres el espejo ante el que se miraban los madrileños cuando buscaban un referente de progreso y modernidad, o al menos no lo era en exclusiva ni de manera mayoritaria. Una influencia yanqui que se producía en todos los planos, desde la arquitectura hasta la vestimenta, pasando incluso por las formas de relacionarse entre los géneros. El mismo articulista destacaba con cierto entusiasmo cómo el cine estaba influyendo en la aparición de un nuevo modelo de mujer en España, que imitaba a las del otro lado del Atlántico a través de su reflejo en el cine:

La desenvoltura femenina americana, que tanto agrada porque se coloca en el término equidistante de la mojigatería y de la despreocupación absoluta, va tomando carta de naturaleza en las mujeres de todo el mundo, que han sabido asimilarse las enseñanzas que daba el cinematógrafo¹⁹.

Sin duda, como ya han destacado varias investigadoras, las actrices de cine (también las de teatro y otros espectáculos) se convirtieron en figuras de poderosa influencia en España, despertando a la par fascinación y ansiedad en los medios de comunicación²⁰. El nuevo modelo de mujer que representaban resultaba perturbador y las convertía tanto en un reclamo publicitario de poderosa fuerza para atraer público a las salas, como también en un peligro para el orden social y moral por su potencial corrosivo de las costumbres. Esto hizo que las actrices se convirtieran en personajes relativamente incómodos para una prensa que al tiempo se mostraba deseosa por mostrarlas, pero también por limitar los efectos que su publicidad podía provocar en su entorno social. Esta actitud ambigua

¹⁸ ARMENTA, Antonio, “Aspectos del cinematógrafo”, *El Sol*, 27 de enero de 1921.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ COUTEL, Evelyne, “La estrella como elemento perturbador”, *op. cit.*; GARCÍA CARRIÓN, Marta, “Peliculera y española. Raquel Meller como icono nacional en los felices años veinte”, *op. cit.*

de la prensa ante las actrices se analizará a continuación, abordando primero la contribución de los periódicos madrileños a popularizar el cine y sus estrellas, y luego destacando los esfuerzos por mitigar los efectos indeseados de su poderosa imagen.

La prensa y la conquista del ocio de masas moderno por el cinematógrafo

La prensa contribuyó por tres vías fundamentales a consolidar el cine como el espectáculo predilecto de las masas en el Madrid de los años 1920 y a convertirlo en fuente fundamental de valores y referentes para la creación de nuevas identidades y nuevos comportamientos sociales. Por un lado, dio a conocer al público la oferta de espectáculos cinematográficos de la ciudad, a través de carteleras que recogían con creciente detalle las sesiones de las distintas salas. Por otro lado, desde los periódicos se promocionaban determinadas películas y con ello se influía en la constitución de la oferta y la demanda del ocio asociado al cine. De manera directa, las empresas distribuidoras y exhibidoras publicaban anuncios de sus estrenos en Madrid en las páginas de los diarios dedicadas a los espectáculos; de manera indirecta, era frecuente que en los mismos diarios aparecieran artículos que más o menos disimuladamente presentaban de manera elogiosa determinadas producciones incluso antes de que fueran exhibidas en España, en una práctica que bien puede calificarse de publicidad encubierta. Y, finalmente, la prensa también se hizo eco de muchas de las noticias sobre la vida profesional y privada de actores y actrices tanto nacionales como extranjeros, contribuyendo con ello a la creación de un primitivo *star system*. Estas noticias, además, regalaban un material abundante para la discusión y conversación pública y convertían a actores y actrices en símbolos que se imitaban en la creación de nuevas identidades o a los que se hacía referencia para criticar los más modernos comportamientos sociales. Como se verá en el último apartado, las actrices extranjeras generaron un caudal importante de conversación en la prensa como potenciales modelos para la construcción de nuevos modelos de feminidad e inspiración de modernos comportamientos y actitudes de las mujeres en el espacio público.

Varios han sido los trabajos que se han ocupado de retratar la profunda transformación de la oferta de ocio y entretenimiento en la ciudad de Madrid en el primer tercio del siglo XX y de la aparición de

nuevas formas de sociabilidad y de comportamientos asociados a ellos²¹. Se pasó en estos treinta años de una oferta fundamentalmente presidida por un ya muy vivo teatro y algunos espectáculos tradicionales (y, en parte, vinculados a ritmos estacionales) como los toros, a un panorama mucho más diversificado. En el nuevo ocio de los 30, aunque resistían las formas antiguas de entretenimiento – en algunos casos con la introducción de novedosas propuestas, como todo lo que aconteció en la escena con la llegada de las variedades, el cabaret y otras formas de espectáculo – al mismo tiempo era visible cómo se habían introducido ya los formatos y contenidos que marcaban la cultura urbana cosmopolita y de ocio mercantilizado de entreguerras²². En el Madrid de 1930, el fútbol, el ciclismo, el boxeo o la pelota ya eran populares; lo mismo que la música en directo o los salones de baile, y por supuesto, entre otras muchas otras propuestas, el cinematógrafo²³.

Otro cambio fundamental fue la aparición de los nuevos establecimientos para espectáculos y su distribución en la ciudad, unos concentrados en verdaderos distritos de ocio, y otros diseminados por barrios periféricos y suburbios, en procesos similares a lo que sucedía en Europa y América. La Gran Vía, ya se sabe por los retratos de contemporáneos y por los análisis historiográficos, se convirtió en el escaparate de los palacios del entretenimiento más lujosos y llamativos de la época²⁴. Los grandes cines y teatros, pero también los salones de baile,

²¹ BÁEZ Y PÉREZ DE TUDELA, José María, *Fútbol, cine y democracia: ocio de masas en Madrid, 1923-1936*, Alianza, 2012; RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria, *La capital de un sueño...*, *op. cit.*; VILLACORTA BAÑOS, Francisco, “Madrid 1900: Sociabilidad, ocio y relaciones sociales”, *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, n°666, 2001, p. 461-494; MOISAND, Jeanne, *Scènes capitales: Madrid, Barcelone et le monde théâtral fin de siècle*, Madrid, Casa de Velázquez, 2013.

²² SERRANO, Carlos y SALAÜN, Serge (ed.), *Los felices años veinte: España, crisis y modernidad*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2006.

²³ OTERO CARVAJAL, Luis Enrique, “Ocio y deporte en el nacimiento de la sociedad de masas: la socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX”, *Cuadernos de historia contemporánea*, n°25, 2003, p. 169-198; SALAÜN, Serge, *El cuplé (1900-1936)*, Barcelona, Espasa Calpe, 1990; MARTÍNEZ, Josefina, *Los primeros veinticinco años de cine en Madrid: 1896-1920*, Madrid, Filmoteca Española, 1992.

²⁴ BAKER, Edward, *Madrid cosmopolita: la Gran Vía, 1910-1936*, Madrid, Marcial Pons, 2009; DE MIGUEL SALANOVA, Santiago, *La Gran Vía de Madrid. Historia social de una ciudad extinta (1860-1936)*, Madrid, ACCI, 2017.

los bares americanos o los grandes almacenes se concentraban en esta gran avenida recién abierta en el corazón de la ciudad a golpe de piqueta, siguiendo el modelo de reforma haussmanniana. Ahora bien, la diversión para los madrileños no terminaba en la Gran Vía, es más, los precios elevados de sus establecimientos hacían que muchos buscaran el placer y el entretenimiento en otros lugares de la ciudad. Así, también en los barrios bajos (en los alrededores de la plaza de Lavapiés y en la del Progreso, hoy Tirso de Molina) florecieron los locales de diversión de todo tipo, de cabarets a frontones, de cines y teatros hasta salas de baile²⁵. En la zona de Ensanche también se conformaron avenidas comerciales, réplicas en menor escala de la Gran Vía, en que tiendas de todo tipo se codeaban con cines y teatro, como sucedía en Fuencarral más allá de la glorieta de Bilbao. Y en barrios periféricos y suburbios también abrieron sus puertas diferentes establecimientos. Algunos lo hacían replicando y trasladando a las afueras lo que ya había en el centro, como los cines de barrio. Otros aprovechaban la disponibilidad de espacio para organizar nuevas formas de espectáculos en que congregar masas, como los grandes estadios deportivos, de los que el Metropolitano o la nueva plaza de toros de las Ventas fueron quizá los mejores ejemplos en la capital.

Un análisis comparativo de las carteleras ofrecidas por la prensa a comienzos y a finales de la década de 1920 permite ejemplificar este proceso de transformación de la oferta del ocio y la velocidad con que el cine se afirmó como el espectáculo rey en la capital española, rivalizando con el teatro y con otras formas de entretenimiento. La cartelera de un diario de amplia tirada y vocación interclasista como *El Heraldo de Madrid* puede servir de muestra. En un día de enero de 1920, sus páginas de espectáculos recogían la programación de trece teatros por tan solo cinco establecimientos dedicados exclusivamente a la proyección de películas (a los que había que sumar algún que otro teatro de variedades que incluía algún filme entre sainetes, bailes o números de magia)²⁶. El drama y las tablas aún mantenían, por tanto, su hegemonía sobre el cine, en un panorama de establecimientos y lugares de entretenimiento raquíutico, si se compara con la oferta de años después. Un día similar de 1929, el mismo

²⁵ PALLOL, Rubén y de PEDRO, Cristina, “Madrid nightlife and popular leisure, between globalizing cosmopolitanism and social transgression”, en VARI, Alexander y DIETZE, Antje (ed.), *Cultural Transfers and Exchanges: Popular Entertainments in Northern, East-Central and Southern Europe, 1870s-1930s*, en prensa.

²⁶ *El Heraldo de Madrid*, 31 de enero de 1920.

El Herald de Madrid ofrecía en sus páginas las funciones de 19 teatros y de 24 cines en la capital. Pero más allá de que el número de salas de cine creciese y superase al número de teatros (que por otra parte, también aumentaban), debe resaltarse cómo ya se había completado esa nueva geografía del ocio mencionada más arriba²⁷. Así, ya habían abierto sus puertas los grandes coliseos de la Gran Vía, como el cine Callao, el Palacio de la Música o el Palacio de la Prensa, mientras que, en la zona del Rastro y Lavapiés, a los ya antiguos cines Ideal o Doré, se unían otros como el Monumental o el de La Latina (que antes había sido teatro, como hoy). En las zonas de Ensanche ya estaban operativos el Goya, el Argüelles o el Cine de la Flor, al tiempo que ya se estaban construyendo los cines de barrio para las afueras, como el Europa, que se había inaugurado un año antes.

También se hacían notar los cambios radicales en el tipo de contenidos que se ofrecían. Para entonces, prácticamente todas las películas que se ofrecían eran de reciente producción e importación a España y un día como el 1 de febrero de 1929 no es posible identificar en la cartelera producción nacional alguna. A Madrid llegaban los principales productos de la industria cinematográfica norteamericana, aunque también se estrenaban algunos éxitos europeos. Así, si aquel día aún se proyectaba el *Ben Hur* de Fred Niblo de 1925, los madrileños también podían contemplar el *Napoleón* de Abel Gance (1927) y *Trenzadas doradas*, que el Palacio de la Prensa destacaba como una producción de la Ufa alemana. Pero sin duda, lo que parecía llenar más las salas eran las películas de Hollywood que utilizaban a sus actrices femeninas como reclamo. El cine Madrid, por ejemplo, se encargaba de destacar que la película que proyectaban, *Hojas de Trébol* (John Ford, 1926) contaba con la participación de Janet Gaynor. Y el Palacio de la Música que *La mujer del leopardo* (Rupert Julian, 1928) incluía como protagonista a Jacqueline Logan. Pero, sin duda, quien se había convertido en el gran reclamo de las taquillas en ese comienzo de 1929 era una Dolores del Río aún muy joven e iniciando su carrera, que aparecía en al menos tres de los títulos ofertados por los cines madrileños: *Ramona* (Edwin Carewe, 1928), *La pelirroja* (Raoul Walsh,

²⁷ COUTEL, Evelyne y PALLOL, Rubén, “Cine y modernidad en un Madrid en transformación, 1900-1936”, en OTERO, Luis Enrique y PALLOL, Rubén (ed.), *La Ciudad Moderna. Sociedad y cultura en España, 1900-1936*, Madrid, Catarata, 2018; SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, David Miguel, *Cines de Madrid*, Madrid, La Librería, 2012.

1928) y *Resurrección* (Edwin Carewe, 1927). La popularidad de Dolores del Río quedaba manifiesta, además, en que hubiera varias copias de alguna de sus películas, como en el caso de *Ramona*, que se proyectaba en dos cines distintos (El Príncipe Alfonso y el Palacio de la Prensa). Aunque por aquellos días el mayor triunfo parecía cosecharlo Bebé Daniels, protagonista de *La nieta del zorro* (Clarence G. Badger, 1927) y que se ofrecía en cuatro cines madrileños simultáneamente (Ideal, Goya, Bilbao y Avenida). En fin, aunque sea solo una muestra y no dispongamos de estudios sistemáticos de los estrenos y el tiempo de permanencia de las películas en el Madrid de aquellos años, todo parece indicar que en la capital se recibían las principales novedades hollywoodienses poco después de haber sido estrenadas en América²⁸. Y que el caudal de películas no hacía más que aumentar. De la consulta de los diarios de 1925 podemos estimar que en el mes de marzo de aquel año se proyectaron 94 películas distintas, que cinco años más tarde eran 193 para el mismo mes de marzo²⁹.

La suerte comercial de una película, dependía, así, de la concurrencia en un mercado crecientemente competitivo, en el que no solo había que hacer frente a otras cintas, sino a la múltiple oferta de ocio en la ciudad. Desde muy temprano, la prensa cumplió una función muy importante en esta competencia, más allá de la mera publicación de las sesiones y películas de los cines. El ejemplo más obvio son los anuncios que los propios exhibidores incluían en las páginas de la cartelera y que fueron ganando en sofisticación, a medida que se modernizaba también la propia prensa. Los primeros anuncios y más básicos incluían apenas el título de la película en letras capitales, a veces acompañado del nombre de la estrella que fuera protagonista y el cine en que se proyectaba; pero poco a poco se fueron incluyendo ilustraciones que recreaban algunas escenas del film o fotografías de las estrellas que hacían de reclamo de los espectadores. Aquí queremos destacar, sin embargo, las otras formas de publicidad, más encubierta, y cómo esta se usó para promocionar a las

²⁸ Otros ejemplos de estudios de carteleras en PAZ REBOLLO, María Antonia y CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, “La realidad que vieron los españoles. El cine de no-ficción durante la II República española (1931-1936)”, *Hispania*, vol. 70, n°236, 2010, p. 737-764; CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, *La narrativa invencible: El cine de Hollywood en Madrid durante la guerra civil española*, Madrid, Cátedra, 2009.

²⁹ Estimación realizada con la consulta de *El Heraldo de Madrid*, días 3, 4, 5, 6, 7, 8, 12 y 19 de marzo de 1925 y 7, 14, 21 y 28 de marzo de 1930.

actrices que hemos seleccionado como caso de estudio. En el caso de Theda Bara, por ejemplo, la promoción podía deslizarse en el propio listado de las sesiones de proyección, como cuando el Real Cinema hizo que, además de las horas y las fechas, los periódicos indicasen un breve comentario en la programación a propósito de la película *Salomé* (J. Gordon Edwards, 1918): “Una bella visión bíblica histórica es la grandiosa creación cinematográfica *Salomé* [...]. La genial artista Theda Bara, interpreta el papel de protagonista de una manera insuperable. La presentación escénica acusa un derroche de lujo y de buen gusto³⁰”. En otras ocasiones, las empresas iban más lejos y lograban que los periódicos publicaran noticias y reportajes que, bajo la apariencia informativa, no hacían sino promocionar sus productos. Fue lo que presumiblemente hizo el diario *El Sol*, en beneficio de la empresa dedicada a la distribución cinematográfica en España, Monopolio Internacional de películas alemanas y cuyos intereses claramente promocionó en su sección “Cinematografía” a partir de enero de 1920. La excusa era aparentemente una serie de reflexiones sobre el cine alemán y su gran calidad (en comparación con otras cinematografías extranjeras) pero la realidad es que se trataba de un ejercicio poco disimulado de elogio de una serie de cintas importadas por la empresa y cuya llegada los periodistas de *El Sol* no dudaban en juzgar como revolucionaria. Así, el 19 de enero de 1920, tras una entrevista con el director de la empresa, estos declaraban: “Lectores, empresarios, espectadores, nuestra profecía se ha cumplido. El material alemán cinematográfico ha llegado a España, y se propone conquistar este mercado a fuerza de bondad, de arte, de interés y perfección de procedimientos³¹”. La primera película alemana que llegaba (según el periódico) era *Madame du Barry* (E. Lubitsch, 1919) con Pola Negri que de esta manera se presentaba al público español. En realidad, la profecía del éxito del cine alemán en Madrid todavía habría de esperar algún tiempo en cumplirse, pues la película no fue presentada hasta ese verano; mientras tanto, el diario *El Sol*, a expensas de la empresa se supone, siguió publicando regularmente reportajes sobre el cine alemán, ya fuera describiendo las actividades de la U.F.A, o haciéndose eco de los estrenos

³⁰ *La Época*, 19 de mayo de 1921.

³¹ “Profecía cumplida. Las películas alemanas ha llegado a Madrid”, *El Sol*, 19 de enero de 1920.

y los éxitos cosechados de las películas que habían de estrenarse en el futuro en España como *La dueña del mundo* o *Madame du Barry*³².

Junto a estos esfuerzos deliberados, la prensa contribuía por otra vía más a publicitar productos cinematográficos: las noticias sobre la vida profesional y la vida privada de los actores y actrices. Estas ganaron cada vez más espacio en las secciones de cine y teatro de los periódicos y respondían en realidad al interés del público lector, cada vez más fascinado por las estrellas de cine. Al mismo tiempo, los chismes contribuyeron a su manera a reforzar y popularizar muchas caras de actrices y actores, y a crear expectación sobre sus trabajos, constituyendo el mercado. A veces, los periódicos se limitaban solo a publicar la fotografía sin más información que el nombre de una estrella emergente del cine: es probable que acabaran recortadas por los lectores que las coleccionaran en una práctica de fan que ya era común en la época. Otras veces, era la publicación de noticias leídas en la prensa extranjera sobre un suceso o una historia en Hollywood o en París. Muchas de estas noticias eran replicadas en varios periódicos, con algunas variaciones, y lo hacían confiando que cualquier minucia de la vida de un rostro popular de la pantalla les ayudaría a vender periódicos, al tiempo que el periódico reforzaba la popularidad del personaje retratado.

Pola Negri nos sirve de ejemplo de este tipo de tratamiento por parte de la prensa. Las primeras referencias a la actriz en la prensa alemana se produjeron precisamente en esa campaña del diario *El Sol* en pro de la cinematografía alemana y del estreno de *Madame du Barry*, de la que era protagonista. Sin embargo, el mayor número de menciones de esta estrella europea no vino con esta ni con otras de las películas que rodó con Lubitsch, sino con el viaje que hizo en 1923 para probar suerte en Hollywood (como también había hecho el director alemán, con quién rodó alguna película al otro lado del Atlántico). Sobre todo, había interés por hacerse eco de lo que a todas luces parecía una historia de ensueño, de joven desconocida que acudía a la meca del cine para triunfar. Y por ello la prensa iba desgranando los detalles de su nueva vida en California, proporcionando detalles del contrato que firmó con la Paramount o del

³² “La cinematografía alemana”, *El Sol*, 3 de febrero de 1920; “El material cinematográfico alemán”, *El Sol*, 17 de febrero de 1920; “Películas alemanas – La dueña del mundo – el triunfo de Mia May”, *El Sol*, 20 de abril de 1920; “Madame du Barry”, *El Sol*, 27 de abril de 1920, “El triunfo de una producción. Las películas alemanas. Madame du Barry”, *El Sol*, 3 de junio de 1920.

camerino que ocupaba en los estudios, regalando fotografías de su lujosa residencia en Los Ángeles, o informando que había aprendido a conducir para adaptarse a la vida americana y cumplir con todos los rasgos de una mujer moderna³³. Aunque lo que realmente llevó a Pola Negri a convertirse en figura recurrente en las páginas de diarios y revistas madrileños fue el rumor (quizá propagado con intenciones promocionales de la propia artista) de su idilio y posible boda con Charles Chaplin que, tras unos meses anunciada, acabó frustrándose³⁴. El asunto era juzgado de tanto interés como para que, una vez confirmada la ruptura de la pareja, *El Heraldo de Madrid* considerara llevarlo a primera plana en un artículo titulado “La tristeza de Charlot”. Su autor, Lotario, quiso extenderse en las razones que habían empujado a Pola Negri a romper su compromiso:

Pudiera ser que la señorita Negri soñase con un hogar serio y ordenado, con un marido formal y afectuoso y le pareciese a última hora que con un hombre como Charlot, que todo lo toma a broma, no había convivencia posible. Pudiera ser; pero es, precisamente todo lo contrario [. . .]. Pola Negri no se casa con Charlot porque éste es en la intimidad un hombre trágico que todo lo ve dramáticamente, y la tenía constantemente en vilo. La señorita Negri tiene un corazón amable y tierno, pero frívolo y superficial, que huye de las emociones fuertes. No conozco a la señorita Negri – lo confieso, avergonzado – pero tengo casi la seguridad de que en el cine hará papeles dramáticos³⁵.

El fragmento es altamente representativo de la retórica y del fondo de los comentarios de este tipo de noticias sobre actores y actrices famosos. El tono entre condescendiente e irónico parecía querer reducir a

³³ “Pola Negri ocupa el camarín que ocupó la actriz americana Mary Pickford...”; *La Unión ilustrada*, 21 de enero de 1923; “Pola Negri, estrella de la Paramount”, *Elegancias*, julio de 1923; [fotografía de Pola Negri], *La Unión Ilustrada*, 5 de agosto de 1923; “Los diez mandamientos de la belleza”, *La acción*, 9 de octubre de 1923 y, con el mismo título, “Los diez mandamientos de la belleza”, *Alrededor del mundo*, 20 de octubre de 1923.

³⁴ “Charlot no gana más de 5.000 dolares diarios”, *El siglo futuro*, 6 de marzo de 1923; “Pola Negri y Charlie Chaplin se adoran”, *La Voz*, 7 de marzo de 1923; “Pola Negri, ante la pantalla viva de lo real, filma su mejor escena de amor”, *Elegancias*, abril de 1923; “Pola Negri y Charlot se aman y no se pueden casar”, *La Voz*, 2 de agosto de 1923; “Charlot se separa de su mujer”, *Mundo Gráfico*, 13 de octubre de 1923.

³⁵ *El Heraldo de Madrid*, 1 de agosto de 1923.

anécdota frívola los acontecimientos que se comentaban, pero el hecho de que fuera publicado en primera página y que quien se reconociera ignorante en la materia (“no conozco a la señorita Negri”) le dedicara tiempo y tinta indican que a la cuestión se le daba importancia. El cine y sus protagonistas dentro y fuera de la pantalla, que recibían creciente atención de la población, ofrecían el repertorio simbólico sobre el que formular juicios sobre asuntos fundamentales, entre ellos las formas que debían adquirir las relaciones de género y el comportamiento que se esperaba de las mujeres en los tiempos modernos e inciertos que se vivían en la década de 1920. El juicio sobre las mujeres jóvenes que se desprende en el comentario hacia una Negri de “corazón amable y tierno, pero frívolo y superficial” no era raro en este tipo de noticias; tampoco la consideración más compleja del temperamento masculino, aquí representado por Chaplin, y que en opinión del mismo articulista, debía ser analizado a la luz del tema clásico de “la tristeza del payaso”: toda su comicidad en la pantalla era compatible con un complejo mundo interior. Esto servía al periodista Lotario para abordar otro de los temas que fueron recurrentes en los comentarios cinematográficos, la necesidad de separar entre ficción y realidad en el engañoso mundo del cine y no confundir a los actores con los personajes que representaban: “por lo que toca a los artistas, la causa de que el público crea ingenuamente que el carácter que se refleja en sus obras o en su trabajo es el suyo personal, es un espejismo. El público cree que el artista trabaja con el corazón, y no hay tal cosa³⁶”. Tarea que se presentaba tanto más difícil en un periodo en que los actores y actrices de cine jugaban a la confusión deliberada entre su persona y el tipo de personaje que representaban, en una estrategia de clara fidelización del público o de explotación de los deseos y anhelos de los espectadores de ver sus sueños y artistas retratados en la pantalla. El propio Chaplin tenía dificultades para desprenderse de la sombra de su personaje Charlot, que es el nombre por el que le referían, de hecho, en los periódicos de medio mundo. Pola Negri había hecho toda su carrera hasta el momento asumiendo papeles que reforzaban su exotismo y que en una representación claramente orientalizante destacaban un carácter de mujer irresistible y apasionada, pero que muchas veces acababa redimida por el amor. Lo eran las películas que había rodado a las órdenes de Ernst Lubitsch (*Carmen*, 1918; *Los ojos de la momia*, 1918; *Madame du Barry*, 1919; *Sumurum. Una noche en Arabia*, 1920; *El gato montés*, 1921; *Die Flamme*, 1922)

³⁶ *Ibid.*

así como las dirigidas por otros directores que trataban de reeditar el mismo éxito con parecidos argumentos (*Sappho*, Dimitri Buchowetzki, 1921 o *La bailarina española*, Herbert Brenon, 1923). Todas las tramas recurrían a las ambientaciones históricas del romanticismo, encajonando a la actriz como una joven de clases populares o de países lejanos, bailarina sensual o atrevida bandolera, que hacía tambalear con su comportamiento las fronteras sociales e incitaban a formas de amor prohibido por las costumbres. Como veremos más adelante, algunos periodistas insistían en denunciar esta imagen como ficticia, una máscara de actriz tras la cual se escondía una mujer con las mismas aspiraciones que cualquier espectadora corriente.

La trascendencia e interés de estas noticias de pequeños escándalos y chismes amorosos de las estrellas del cine se manifestaba en diversos planos. Si eran publicadas era porque había un público interesado en ellas e, independientemente de la línea editorial, los periódicos se prestaban a hacerlo en beneficio de un aumento de la tirada. Para las estrellas y las empresas que las representaban se trataba de una forma de publicidad gratuita que, en muchos casos, particularmente en el de las actrices, contribuía a aumentar su leyenda y su atractivo en taquilla. Y, finalmente, representaban una ocasión más para reflexionar en público sobre una de las cuestiones que más ansiedad y discurso provocaban en la sociedad de la época: la emergencia de nuevas maneras de presentarse las mujeres en el espacio público y, con ello, la reconsideración de las relaciones de género y las identidades sexuales. Como señalaba uno de los artículos citados más arriba, el cine se convertía en un poderoso canal de difusión de modas y de nuevos comportamientos que habían hecho entrar el estilo americano en la sociedad madrileña. Aunque algunos aspectos del nuevo estilo de vida se mirasen con simpatía, otros generaban inquietud y, por eso, fue frecuente este tipo de discursos moralizantes sobre las actrices en los que subyacía dos tipos de advertencia: una sobre lo efímero de la juventud, y otra sobre la necesidad de recordar las diferencias entre la vida real y su representación en la pantalla. A continuación, se ofrece un examen en detalle de la evolución del discurso sobre algunas de las actrices más populares de la época y de los intentos por condicionar los significados que podían estimular como símbolos.

Domesticar la mujer moderna: Theda Bara, Pola Negri y Louise Brooks en la prensa madrileña de la década de 1920

Desde fechas muy tempranas, en las páginas de los diarios madrileños dedicadas al mundo cinematográfico se mostró preocupación por la suerte y las carreras de las estrellas femeninas y el rápido consumo que un público voraz de novedades parecía hacer de ellas. *El Sol*, tan atento a comienzos de la década de 1920 al nuevo espectáculo, nos ofrece un buen ejemplo de la mano de uno de sus articulistas, Antonio Armenta que, en mayo de 1921, en una pieza titulada “Para ellas: la estrellomanía”, advertía de los peligros y decepciones que tendrían que afrontar muchas de las lectoras que escribían al periódico y que en sus cartas se mostraban presas de lo que él consideraba un extendido

anhelo femenino: el de convertirse en estrellas del arte mudo. Suponen, sin duda, las amables, las “soñadoras” comunicantes que el arte de la pantalla es sencillo, ingenuo, breve y, por tanto, al alcance de todo el mundo [...]. ¡Cuán equivocadas están las que así piensan! Por cada una de las estrellas del cinematógrafo que han logrado tan agradable categoría, han caído derrotadas en sus ilusiones diez, cien mil mujeres, a las que el inflexible juicio de un director artístico condenaba a la oscuridad³⁷.

Y después de señalar las pruebas a las que las jóvenes aspirantes de Los Ángeles hacían frente, entre las que se destacaba no sin una cierta insinuación de censura moral la de mostrar su cuerpo en traje de baño, al final constataba lo que había de ser uno de los fenómenos característicos de la celebridad de las estrellas femeninas del cine: su carácter efímero como consecuencia de los apetitos cambiantes del público:

El público, por otra parte, es versátil. No nos referiremos al público español, que apenas tiene importancia para los grandes productores norteamericanos, sino al mismo público yanqui, que eleva por temporadas a unas “estrellas” para arrojarlas de su trono poco tiempo después [...]. Figuras que habían llegado al máximo esplendor, están arrinconadas un año más tarde, sin causa aparente que justifique el desvío³⁸.

³⁷ ARMENTA, Antonio, “La estrellomanía”, *El Sol*, 3 de mayo de 1921.

³⁸ *Ibid.*

A principios de los años 1930, cuando además se había producido la grave crisis del paso del cine mudo al sonoro y muchos actores y actrices sufrieron por no adaptarse al medio, era muy común la publicación de reportajes sobre el olvido de antiguas estrellas de la pantalla y su sustitución por otras nuevas. Así, la revista *Estampa*, en un reportaje de 1933, analizaba los cambios producidos en el tipo físico y moral de actrices ahora promocionadas en la pantalla y cómo las que no encajaban con ese estereotipo habían sido relegadas al olvido. En un ejercicio histórico no ausente de regocijo malicioso se recordaba cómo

corresponde a Theda Bara – hoy esposa del director Charles Brabin – el honor de ser la primera vampiresa con categoría de estrella. Rivaliza más tarde con ella Nita Naldi, que ahora, en París, casada con un millonario, engorda lamentablemente. Y eclipsa luego a las anteriores por su belleza realmente extraordinaria Bárbara La Marr, la infortunada actriz – tan famosa por su hermosura como por sus innumerables divorcios – que murió en un sanatorio tratando de recuperar la perdida esbeltez³⁹.

Este contraste entre la suerte de la que había sido la primera vampiresa del cine, Theda Bara, felizmente casada, y los vanos esfuerzos de sus competidoras por mantenerse, eran recurrentes. Desde el mismo momento de su matrimonio, Bara pasó a simbolizar a la joven que se había sabido retirar a tiempo y decentemente (en realidad intentó volver al cine ya casada y filmó algunas citas, pero sin éxito, pero esto no se recordaba en la prensa). De hecho, las fórmulas se repetían en estos reportajes que recordaban a las estrellas retiradas. Para *Ellas*, el semanario conservador para mujeres, “Theda Bara, casada con el director Charles Brabin, está retirada en Hollywood, donde es estimadísima⁴⁰”, y *Crónica* afirmaba ese mismo año “que hoy Theda Bara no se parece en nada a la mujer fatal de

³⁹ PRICE, Betty, “De la vamp morena a la rubia, pasando por la flapper”, *Estampa*, 21 de enero de 1933. Reportajes similares de esa época: G. DE LINARES, Luis, “Hace falta una vampiresa. Ventajas e inconvenientes de la profesión”, *Estampa*, 28 de febrero de 1931; BANKY, Vilma, “¿Qué ha sido de los astros de la pantalla, hoy eclipsados?”, *Crónica*, 2 de octubre de 1932; “Gloria efímera”, *Ellas*, 30 de octubre de 1932; HILDA, “¿Vampiresa o ingenua?”, *Estampa*, 3 de junio de 1933; “El nuevo arte de besar”, *El Imparcial*, 28 de mayo de 1933; “Gloria efímera”, *Ellas*, 30 de octubre de 1932.

⁴⁰ “Gloria efímera”, *Ellas*, 30 de octubre de 1932.

sus creaciones, porque, casada con el director de escena Charles Brabin, es una esposa modelo y una ejemplar madre de familia” (2 de octubre de 1932)⁴¹. Parecería que el vampirismo de Bara, el rasgo que la había hecho famosa y con el que había roto moldes de feminidad como actriz, habría sido una especie de enfermedad pasajera y, por eso mismo, aceptable. No deja de ser congruente con las interpretaciones que los investigadores han hecho sobre los cambios en las relaciones de género y de noviazgo en la América de la década de 1910 y 1920: la primera liberación de las costumbres sexuales habría acabado asumiéndose como respetable en la adolescencia y la primera juventud, entendidas como propias de un periodo de exploración que había de cerrarse con la entrada en la vida adulta y el matrimonio⁴². La trayectoria de Theda Bara, que pudo escandalizar cuando circularon sus primeras películas, se habría ajustado a estos estándares de comportamiento y de representación de la mujer moderna aceptable por la prensa y la opinión pública.

En otros casos, lo que se subrayaba era la diferencia entre la realidad y la ficción (una cuestión recurrente en los primeros comentaristas cinematográficos). Pola Negri servía de ejemplo para un artículo que se preguntaba por cuánto había de real y de ficticio en la imagen que proyectaban las actrices de Hollywood en sus películas y acababa afirmando que todo era fingido:

La razón [...] asiste a quienes afirman que la doble personalidad de las vampiresas es una realidad. Tomemos, por ejemplo, la más moderna, la que arrebató a los públicos actuales cuando desarrolló en toda su amplitud sus grandes recursos escénicos: Pola Negri. [...] Es el espanto de las mamás tradicionalistas. En cambio, es el encanto de los jóvenes “au dernier cri”, de los jóvenes al día y de respetables ancianos, que piensan que sus carteras no estarían tan llenas como están, si ellos se encontraran más cerca de Pola. Y quizá Pola, la mujer satánica, ría de

⁴¹ BANKY, Vilma, “¿Qué ha sido de los astros de la pantalla, hoy eclipsados?”, *Crónica*, 2 de octubre de 1932.

⁴² ALEXANDER, Ruth M., *The Girl Problem: Female Sexual Delinquency in New York, 1900-1930*, Ithaca, Cornell University Press, 1995; CLEMENT, Elizabeth Alice, *Love for Sale: Courting, Treating, and Prostitution in New York City, 1900-1945*, Univ. of North Carolina Press, 2006; ERENBERG, Lewis A., *Steppin' Out: New York Nightlife and the Transformation of American Culture, 1890-1930*, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1984; FASS, Paula S., *The Damned and the Beautiful: American Youth in the 1920's*, Oxford ; New York, Oxford University Press, 2007.

estos arrestos donjuanescos y se pase muy bien sin ellos, pues, a lo mejor, su satanismo es “pour la galerie” o mejor dicho, para el cartel. [...] Se cuentan de ella innumerables anécdotas que la describen como una mujercita seria, laboriosa, enemiga de frivolidades. Ella misma se ha complacido siempre en destacar su afición al hogar, como preocupación esencial de su vida⁴³.

Así presentada, la actriz polaca, a quien se la reputaba como esa irresistible mujer exótica ante la que sucumbían los hombres en las tramas de las películas, parecía mucho más inofensiva (como también lo había parecido en el relato de su boda frustrada con Chaplin). En otras ocasiones, en cambio, la falta de correspondencia entre la imagen que proyectaba desde la pantalla del cine y la realidad se hacía recaer más en la distancia entre el día a día de las lectoras y espectadoras madrileñas, y el de la actriz. Ante un nuevo matrimonio de Pola Negri en 1925, *El Heraldo de Madrid* comentaba:

Esto no quiere decir que su vida artística, con todo su aderezo de aventuras y excentricidades, haya terminado. Bien sabido tenemos que en Norteamérica los matrimonios no son, ni muchísimo menos, “lazos indisolubles”. Así, pues, podemos estar seguros de que Pola Negri, una vez saboreada la luna de miel de su nuevo matrimonio y de común acuerdo con su marido, se divorciará y recobrará la libertad, de igual manera que la recobró al poco tiempo de estar casada con el celeberrimo Charlot, ese artista imponderable, rey indiscutible de la gracia, que, habiéndose casado ya tres o cuatro veces, ha batido el “record” de los matrimonios fugaces⁴⁴.

En este caso, lo que para el articulista impedía que el tipo de comportamiento liberado de Negri se trasladara a España era la diferencia en las leyes entre la sociedad norteamericana y la española. Y en ese sentido, se volvía a recordar a las potenciales lectoras que las historias con que se entretenían en sus horas libres, ya fueran las contempladas en una pantalla o las narradas en los chismes de las revistas, no siempre se cumplían en la vida real.

⁴³ O'NEILL, Doris, “Las vampiras de la pantalla”, *La Libertad*, 15 de junio de 1927.

⁴⁴ *El Heraldo de Madrid*, 3 de junio de 1925.

Otras veces, lo que parecía querer advertirse era de los riesgos de imitar las excesivas vidas de actrices y de estrellas del cine. Nuestro último caso de análisis, el de Louise Brooks, acaso represente el de la carrera más fugazmente exitosa de estos años. Con dos docenas de películas en su filmografía, en realidad el grueso de su producción se concentró entre 1925, cuando ella tenía 19 años y 1930, sin haber cumplido los 25. Su provocador y característico look, con su corte de pelo *a la garçonne*, le garantizó una visibilidad inmediata más allá de las salas de cine a través de la reproducción de su fotografía en las portadas de los diarios. También en España, donde pronto aparecieron no solo su imagen en las primeras páginas de revistas ilustradas y periódicos generalistas, sino también artículos sobre su estilo de peinado y su actitud de “marimacho⁴⁵”. No obstante, puede que en Madrid fuera más su fotografía la que circulara que sus películas, de las que no hay demasiadas referencias en las carteleras. Apenas parece que se estrenaron algunas de las que había protagonizado en Estados Unidos, y no desde luego las que han pasado al canon de cine clásico y que fueron rodadas en Europa bajo la dirección de Pabst entre 1929 y 1930. El cine que protagonizaba era, en última instancia, irrelevante, pues la importancia y la influencia de Louise Brooks tenía más que ver con lo que simbolizaba como mujer moderna en una sociedad cambiante. De ahí que sobre todo las páginas de las revistas se le abrieran cuando se produjo su temprana caída, de la que se dio cuenta con un tono muy cercano a la moraleja. Y así, por ejemplo, la revista *Crónica*, no vacilaba en sacar una enseñanza de la quiebra que había sufrido la estrella de cine:

Louise Brooks o el flequillo perverso. Ella había salido de la cola de los extras por la gracia de sus ojos, por la gracia de su cuerpo esbelto y, sobre todo, por la gracia de su flequillo. Ganaba cinco mil dólares semanales, y un buen día se le antojó dejar Hollywood y marchar a París, para gastar allí alegremente su dinero y su juventud, nadando en mares de champaña y aturdiéndose con el ruido de los saxofones, en los lugares de la falsa alegría, donde emborracharse cuesta una fortuna y donde ella, que tenía la fortuna, era la sirena vacilante de las madrugadas. [...] Ahora Louise no tiene dinero; pero tiene todavía su juventud, su flequillo perverso, la gracia de sus ojos y la gracia de su cuerpo. Con todo esto, bien se puede esperar que Louise Brooks conquiste otra vez Hollywood. [...] Ella, en fin, tiene que dejar, por fuerza, de retirarse a altas horas de la madrugada,

⁴⁵ Por ejemplo en “Sueñan las cabecitas locas”, *Por esos mundos*, 9 de mayo de 1926 o “Nuestra portada”, *Popular film*, 25 de noviembre de 1926.

con los ojos brillantes y la garganta seca. En cierto modo, su quiebra es conveniente, porque es la única manera de que la recobremos para la pantalla, y la única manera de que ella comprenda que la vida—toda la vida—no está en el fondo de las copas, en el ¡pum! de las botellas destapadas, ni en el susto de los saxofones⁴⁶.

Conclusiones

Según se ha visto, tres modos desplegaba la prensa para neutralizar y acomodar los rasgos de mujer moderna que representaban las actrices que cada vez ganaban más popularidad en la prensa madrileña y en el favor del público. Por un lado, sus retratos en los periódicos buscaban limitar su vida como mujeres independientes: Theda Bara la vampiresa era aceptada como una etapa pasajera de juventud, y no como una manera de posicionarse en el mundo más allá del matrimonio, que se esperaba como el fin de la presencia femenina fuera del hogar. Su destino, era, como parecía indicarse para el resto de las mujeres, reconciliarse con las relaciones de género que se tenían por normales y que se sustanciaban en el matrimonio y en la vida de hogar. En segundo lugar, los periódicos se esforzaban por subrayar las fronteras entre la ficción representada en la pantalla y la realidad, como sucedía con Pola Negri, con quien parecía querer recordarse que nada de lo que se viera en el celuloide podría ser alcanzado por las jóvenes madrileñas que por aquellos años descubrían la autonomía y la libertad que un nuevo contexto social y económico parecía abrirlas. El cine era una mera ilusión, parecía querer recordarse, y no debía ser tomado al pie de la letra como un modelo para la vida, porque ni siquiera las actrices en su vida cotidiana se mostraban capaces ni deseosas de cumplir con los personajes que interpretaban ante las cámaras. Aunque, en tercer lugar, el cine sí que podía ser ejemplo de los peligros de llevar demasiado lejos: el destino de Louise Brooks, como el de otras malogradas actrices, servían de advertencia en ese caso.

No obstante, convendría no sobredimensionar la capacidad de influencia de este discurso moralizante que se detecta en la prensa madrileña de la década de 1920 y de comienzos de la de 1930 cuando se

⁴⁶ MARTÍNEZ GANDÍA, Rafael, “El flequillo mojado de Louise Brooks...”, *Crónica*, 5 de junio de 1932. Un reportaje similar el de SALADO, José Luis, “El ocaso de Arlette Marchal y el flequillo de Louise Brooks”, *Nuevo Mundo*, 29 de abril de 1932.

hacía referencia a las actrices de Hollywood. Los periodistas podían escribir, pero no necesariamente convencer o imponer sus interpretaciones a los muchos estímulos que provocaba una sesión de cine. Lo que entendieran y pensaran las espectadoras y los espectadores que con cada vez más afluencia llenaban las salas de Madrid en aquel tiempo, sigue siendo difícil de establecer. Lo que es indudable es la ansiedad que generaba la cada vez mayor presencia, en las pantallas y en las planas de los periódicos, de una representación de la feminidad que claramente rompía con los modelos tradicionales de mujer asociados a España. Y de ahí este creciente discurso que desde los periódicos trataba de neutralizar o encauzar la influencia de estas mujeres, si bien el resultado no dejaba de ser paradójico: cuanto más se hablaba de ellas, tratando de domesticarlas, más se les daba a conocer, reforzando así su influencia y asegurando que la vida entre los madrileños no volvería a ser igual que antes de la irrupción del cine, sus historias y sus estrellas.

Bibliografía

Fuentes hemerográficas

_____, “Charlot no gana más de 5.000 dólares diarios”, *El siglo futuro*, 6 de marzo de 1923.

_____, “Charlot se separa de su mujer”, *Mundo Gráfico*, 13 de octubre de 1923.

_____, “El material cinematográfico alemán”, *El Sol*, 17 de febrero de 1920.

_____, “El nuevo arte de besar”, *El Imparcial*, 28 de mayo de 1933.

_____, “El triunfo de una producción. Las películas alemanas. Madame du Barry”, *El Sol*, 3 de junio de 1920.

_____, “Gloria efímera”, *Ellas*, 30 de octubre de 1932.

_____, “La estrellomanía”, *El Sol*, 3 de mayo de 1921.

- _____, “La cinematografía alemana”, *El Sol*, 3 de febrero de 1920.
- _____, “Los diez mandamientos de la belleza”, *Alrededor del mundo*, 20 de octubre de 1923.
- _____, “Los diez mandamientos de la belleza”, *La acción*, 9 de octubre de 1923.
- _____, “Madame du Barry”, *El Sol*, 27 de abril de 1920.
- _____, “Nuestra portada”, *Popular film*, 25 de noviembre de 1926.
- _____, “Películas alemanas – La dueña del mundo – el triunfo de Mia May”, *El Sol*, 20 de abril de 1920.
- _____, “Pola Negri ocupa el camarín que ocupó la actriz americana Mary Pickford...”, *La Unión ilustrada*, 21 de enero de 1923.
- _____, “Pola Negri y Charlie Chaplin se adoran”, *La voz*, 7 de marzo de 1923.
- _____, “Pola Negri y Charlot se aman y no se pueden casar”, *La Voz*, 2 de agosto de 1923.
- _____, “Pola Negri, ante la pantalla viva de lo real, filma su mejor escena de amor”, *Elegancias*, abril de 1923.
- _____, “Pola Negri, estrella de la Paramount”, *Elegancias*, julio de 1923.
- _____, “Profecía cumplida. Las películas alemanas han llegado a Madrid”, *El Sol*, 19 de enero de 1920.
- _____, “Sueñan las cabecitas locas”, *Por esos mundos*, 9 de mayo de 1926.
- ARMENTA, Antonio, “Aspectos del cinematógrafo”, *El Sol*, 27 de enero de 1921.

BANKY, Vilma, “¿Qué ha sido de los astros de la pantalla, hoy eclipsados?”, *Crónica*, 2 de octubre de 1932.

G. DE LINARES, Luis, “Hace falta una vampiresa. Ventajas e inconvenientes de la profesión”, *Estampa*, 28 de febrero de 1931.

HILDA, “¿Vampiresa o ingenua?”, *Estampa*, 3 de junio de 1933.

MARTÍNEZ GANDÍA, Rafael, “El flequillo mojado de Louise Brooks...”, *Crónica*, 5 de junio de 1932.

O’NEILL, Doris, “Las vampiresas de la pantalla”, *La Libertad*, 15 de junio de 1927.

PRICE, Betty, “De la vamp morena a la rubia, pasando por la flapper”, *Estampa*, 21 de enero de 1933.

SALADO, José Luis, “El ocaso de Arlette Marchal y el flequillo de Louise Brooks”, *Nuevo Mundo*, 29 de abril de 1932.

TOSANTD, “[Desde mi butaca] El cinematógrafo como medio de propaganda”, *El Sol*, 3 de febrero de 1921.

Referencias científicas

ADORNO, Theodor W. y HORKHEIMER, Max, “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”, *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Akal, 2007 [1944].

ALEXANDER, Ruth M., *The Girl Problem: Female Sexual Delinquency in New York, 1900-1930*, Ithaca, Cornell University Press, 1995.

ARESTI, Nerea, *Médicos, donjuanes y mujeres modernas: los ideales de feminidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2001.

BÁEZ Y PÉREZ DE TUDELA, José María, *Fútbol, cine y democracia: ocio de masas en Madrid, 1923-1936*, Alianza, 2012.

BAKER, Edward, *Madrid cosmopolita: la Gran Vía, 1910-1936*, Madrid, Marcial Pons, 2009.

CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, *La narrativa invencible: el cine de Hollywood en Madrid durante la guerra civil española*, Madrid, Cátedra, 2009.

CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, *Por el precio de una entrada: estudios sobre historia social del cine*, Madrid, Ediciones Rialp, 2005.

CHARTIER, Roger, “Le monde comme représentation”, *Annales*, vol. 44, n°6, 1989.

CLEMENT, Elizabeth Alice, *Love for Sale: Courting, Treating, and Prostitution in New York City, 1900-1945*, Univ. of North Carolina Press, 2006.

COUDEL, Evelyne, *Les stars et la cinéphilie dans la culture cinématographique espagnole du début du XX^e siècle : le cas Greta Garbo*, Tesis doctoral inédita, Universidad de Paris 4, 2014.

COUDEL, Evelyne, “La estrella como elemento perturbador: el ejemplo de Greta Garbo y su recepción en la España de los años veinte y treinta”, *Secuencias*, n°46, 2019.

COUDEL, Evelyne y PALLOL, Rubén, “Cine y modernidad en un Madrid en transformación, 1900-1936”, en OTERO, Luis Enrique y PALLOL, Rubén (ed.), *La Ciudad Moderna. Sociedad y cultura en España, 1900-1936*, Madrid, Catarata, 2018.

DE MIGUEL SALANOVA, Santiago, *La Gran Vía de Madrid. Historia social de una ciudad extinta (1860-1936)*, Madrid, ACCI, 2017.

DENNIS, Richard, *Cities in Modernity: Representations and Productions of Metropolitan Space, 1840-1930*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.

ERENBERG, Lewis A., *Steppin' Out: New York Nightlife and the Transformation of American Culture, 1890-1930*, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1984.

FASS, Paula S., *The Damned and the Beautiful: American Youth in the 1920's*, Oxford; New York, Oxford University Press, 2007.

GARCÍA CARRIÓN, Marta, “Peliculera y española. Raquel Meller como icono nacional en los felices años veinte”, *Ayer*, nº106, 2017, p. 159-181.

GARCÍA CARRIÓN, Marta, *Por un cine patrio: Cultura cinematográfica y nacionalismo español (1926-1936)*, Valencia, Universitat de València, 2014.

GINZBURG Carlo, *El queso y los gusanos: el cosmos según un molinero del siglo XVI*, Barcelona, Península, 2001 [1976].

GONZÁLEZ GARCÍA, Fernando y CAMPORESI, Valeria, “Un ‘progreso en el arte nacional’ Ibérica Films en España, 1933-1936”, *BSAA Arte*, nº77, 2011, p. 265-285.

HERNÁNDEZ CANO, Eduardo, *Palabras sobre imágenes. Autoridad intelectual, ensayo y cultura visual de masas en España*, Tesis doctoral inédita, New York University, 2016.

JEFFERSON, Tony y HALL, Stuart (ed.), *Resistance through rituals: Youth subcultures in postwar Britain*, London, Unwin Hygman, 1989.

LLONA, Miren, *Entre señorita y garçon: historia oral de las mujeres bilbaínas de clase media (1919-1939)*, Málaga, Universidad de Málaga, 2002.

MARTÍNEZ, Josefina, *Los primeros veinticinco años de cine en Madrid: 1896-1920*, Madrid, Filmoteca Española, 1992.

MOISAND, Jeanne, *Scènes capitales : Madrid, Barcelone et le monde théâtral fin de siècle*, Madrid, Casa de Velázquez, 2013.

OTERO CARVAJAL, Luis Enrique, “Ocio y deporte en el nacimiento de la sociedad de masas: la socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX”, *Cuadernos de historia contemporánea*, nº25, 2003, p. 169-198.

OTERO CARVAJAL, Luis Enrique, “La sociedad urbana en España. Vanguardia de la modernidad 1900-1936”, en OTERO, Luis Enrique y BEASOCECHEA, José María: *Las nuevas clases medias urbanas. Transformación y cambio social en España, 1900-1936*, Madrid, Catarata, 2015, p. 15-38.

PALLOL, Rubén y de PEDRO, Cristina, “Madrid nightlife and popular leisure, between globalizing cosmopolitanism and social transgression”, en VARI, Alexander y DIETZE, Antje (ed.), *Cultural Transfers and Exchanges: Popular Entertainments in Northern, East-Central and Southern Europe, 1870s–1930s*, (en prensa).

PAZ REBOLLO, María Antonia y CABEZA SAN DEOGRACIAS, José, “La realidad que vieron los españoles. El cine de no-ficción durante la II República española (1931-1936)”, *Hispania*, vol. 70, n°236, 2010, p. 737-764.

PAZ REBOLLO, María Antonia, “Cine para la historia urbana: Madrid, 1896-1936”, *Historia Contemporánea*, n°22, 2016, p. 179-214.

RABINOVITZ, Lauren, *For the Love of Pleasure: Women, Movies, and Culture in Turn-Of-The Century Chicago*, New Brunswick, N.J., Rutgers University Press, 1998.

RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria, *La capital de un sueño: Madrid en el primer tercio del siglo XX*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2015.

RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ BIOSCA, Vicente, *El pasado es el destino: propaganda y cine del bando y nacional en la Guerra Civil*, Madrid, Cátedra, 2011.

SALAÜN, Serge, *El cuplé (1900-1936)*, Barcelona, Espasa Calpe, 1990.

SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, David Miguel, *Cines de Madrid*, Madrid, La Librería, 2012.

SERRANO, Carlos y SALAÜN, Serge (ed.), *Los felices años veinte: España, crisis y modernidad*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2006.

THOMPSON, Edward Palmer, *The Making of the English Working Class*, IICA, 1970.

VILLACORTA BAÑOS, Francisco, “Madrid 1900: Sociabilidad, ocio y relaciones sociales”, *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, nº666, 2001, p. 461-494.

VVAA, *The Modern Girl Around the World: Consumption, Modernity, and Globalization*, Duke University Press, 2008.