

LOS TEATROS NICKELODEON 1905-1914: CONSTRUYENDO UNA AUDIENCIA PARA EL CINE¹

Russell Merritt

(University of Berkeley. California)

RESUMEN

Russell Merritt (Profesor Adjunto del Programa de Estudios Fílmicos en la Universidad de Berkeley. California) lleva a cabo en el presente artículo, un análisis exhaustivo sobre los albores del cine y su incidencia en el contexto social en la Norteamérica de los años diez. Para ello se centra especialmente en el principal medio de difusión del género cinematográfico: los llamados teatros de cinco céntimos o Nickelodeons.

ABSTRAC

Russell Merritt (Adjunct Professor in the Film Studies Program at UC Berkeley. California) makes in this article a comprehensive analysis of the dawn of cinema and its influence on the social context of North America in the 10's. In order to do this, he focuses specially on the main means of spreading cinema: the so called five cent theatres or Nickelodeons.

PALABRAS CLAVE

Russell Merritt, Nickelodeon, American film industry, Vitagraph, City of Boston.

KEYWORDS

Russell Merritt, Teatros de cinco céntimos, Industria cinematográfica americana, Vitagraph, Ciudad de Boston.

¹ Russell Merritt, "The nickelodeon theater (1905-1914): building an audience for the movies", *Exhibition the film reader*, ed. Ina Rae Hark, New York: Routledge, 2002, pp. 21-30. Traducción del inglés al castellano del Dr. **Iván Moure Pazos** (Universidad de Bolonia y Fundación Pedro Barrié de la Maza). En el artículo se ha respetado el sistema de notación original de Russell Merritt, a fin de no alterar la fuente primaria. ivan.menes@yahoo.es

En su corto apogeo, el teatro nickelodeon fue el cine originario, un plan para enriquecerse rápidamente, y una institución nacional que pronto se convirtió en un estado anímico. Su edad de oro comenzó en 1905 y duró apenas nueve años, pero durante este tiempo proveyó a las películas de su primer hogar permanente, estableció una pauta duradera para la distribución a nivel nacional y –lo más importante– asentó una audiencia para las películas. Incluso tras su decadencia, sobrevivió en la leyenda popular como monumento a las películas en su edad de la inocencia: el teatro primario que mostraba películas a un público nuevo y desinhibido formado por niños y gente de pocos recursos. James Agee, por ejemplo, al escribir desde la perspectiva de su infancia, convirtió el nickelodeon en un santuario populista, catalogando sus delicias al estilo de un poema de Whitman. Recordaba “la descarada música (honky tonk) y los vals de Waldteufel, recreados en un piano mecánico; la punzante fragancia de los cacahuetes y los perfumes baratos, del tabaco, los pies y el sudor; la risa de las gentes poco respetables pasándose en grande, risas violentas y constante, tan ensordecedoras como permanecer debajo de una cascada”².

Más recientemente, Edward Wagenknecht en *Las películas en la Edad de la Inocencia* mostraba un retrato intachable de los nickelodeon de Chicago tal y como los veía en su juventud, un retrato más detallado que el de Agee, pero no menos afectuoso. Como se ha reflejado en otras historias, la era de los nickelodeon ha sido la etapa de la historia del cine más fácil de sentimentalizar.³

² James Agee, “Comedy’s greatest era”, *Life*, 3 de septiembre, 1949, reimpresso en Agee, *Agee on Film, Reviews and comments* (New York, 1958), pp. 6-7.

³ Véase la introducción a Edward Wagenknecht, *The movies in the Age of Innocence* (Norman, Okla., 1962). Otras informaciones sobre el nickelodeon pueden encontrarse en las historias corrientes de la época del cine mudo: Terry Ramsaye, *A million and One Nights*, (Nueva York, 1926); Benjamin B. Hampton, *A History of the Movies*, (Nueva York, 1931); Lewis Jacobs, *The Rise of the American Film*, (Nueva York, 1939), Kenneth Macgowan, *Behind the Screen*, (Nueva York, 1965). Pero estas fuentes apenas van más allá de una descripción superficial del nickelodeon. No hay equivalente americano al estudio detallado de la industria británica del cine que encontramos en Rachel Low, *The History of the British Film: 1906-1914*, (Londres, 1949). La época del nickelodeon ha sido mayoritariamente ignorada en la literatura actual acerca de la historia del cine, aunque recientemente se ha podido disponer de dos estudios importantes: Garth Jowett, *Media power and social control: the motion picture in America, 1896-1936*, (Ph. D. diss., Universidad de Pensilvania, 1972); y Joseph H. North, *The early development of the*

Pocos historiadores proclamarían que su nostálgico punto de vista acerca del nickelodeon es pura invención. Incluso aquellos que discuten la inocencia de los años anteriores a la guerra pueden encontrar difícil resistirse a la atracción del antiguo teatro de cinco centavos. La novedad era real, la atracción obvia, la popularidad innegable. Pero este retrato, bidimensional y estático es claramente incompleto. El propósito de mi investigación es definir ese teatro de forma más aguda y, lo que es más importante, responder a dos preguntas que me importan. La primera, ¿cómo los operadores de teatro lograron finalmente atraer a las audiencias de clase media, tan poco dispuestas a echar un vistazo al interior de los antiguos cines? Y en segundo lugar, ¿cuándo esta industria, pagada y mantenida originalmente por la clase trabajadora, decidió abandonar dicha audiencia por la de profesionales de clase media, más amplia y pudiente?

Hasta dónde puedo recordar, nadie ha contestado a estas preguntas de manera satisfactoria, y menos que nadie, esos historiadores que suponen que el público de clase media comenzó a acudir con películas de largo metraje y la I Guerra Mundial. Alrededor de 1914, las audiencias de clase media estaban ya en los teatros, aguardando espectáculos y estrellas de cine que llegarían después. La seducción de los pudientes tuvo lugar, diría yo, durante los años anteriores, entre 1905 y 1912, y ocurrió además en esos teatros supuestamente reservados a la clase obrera.

El teatro es democracia

El nickelodeon era realmente un teatro pequeño, incómodo e improvisado, normalmente un salón de baile, un restaurante, o una tienda de empeños o de tabaco reconvertidos, maquillado para que tuviese el aspecto de un emporio de vaudeville. En su exterior, enormes posters chillones pegados a las ventanas del teatro anunciaban la cartelera diaria. Por diez centavos

motion picture, 1887-1909, (Nueva York, 1973), una reimpresión de una tesis doctoral de 1949. Se han recogido importantes documentos y descripciones contemporáneas del nickelodeon en George Pratt, *Spellbound in Darkness* (Rochester, N.Y. 1966).

–los nickelodeon casi nunca costaban cinco centavos (un *nickel*)- el aficionado al cine pasaba a su interior y presenciaba una miscelánea que incluía películas de aventuras, comedias o películas fantásticas que duraban alrededor de una hora. Las películas eran el plato fuerte, pero algunos gerentes emprendedores siguieron la fórmula creada por William Fox y Marcus Loew en 1906, y hacían su programación más atractiva con canciones en las que se invitaba al público a participar, actuaciones baratas de vaudeville y discursos ejemplificantes.

El espectáculo normalmente comenzaba con una canción, preferentemente una balada popular del momento –“Sunbonnet Sue”, “Bicycle built for two”, “The way of the cross” o quizás “Down in the jungle town”- o un himno patriótico. Linternas mágicas pintadas a mano ilustraban escenas de la canción y una diapositiva final proyectaba las letras de las canciones y animaba al público a unirse en los coros. Es en este momento cuando el empresario presentaba su primera proyección o hacía entrar a un comediante, una actuación con perros o un ventrílocuo para actuar en directo; o quizás se fuese directamente a su actuación más prestigiosa: el discurso ejemplificante. Los discursos o conferencias del nickelodeon se convirtieron por un tiempo en un negocio muy lucrativo, tomándose gran cuidado en reclutar a auténticos “profesores”, predicadores y trotamundos con historias exóticas que contar. Para la proyección, se colocaba un gran proyector negro al fondo –un Vitascope Special o un Selig Polyscope si el teatro tenía autorización- colocado aparte del público, bien en una habitación aparte o en dentro de una cabina de metal. Las macetas con plantas y los palcos adornados eran menos populares, pero aún así medios para aportar “clase” al espectáculo normal.

Sobre 1910, cuando la locura por el nickelodeon había alcanzado su cota máxima, más de 10.000 de estos teatros habían surgido a lo largo y ancho del país, creando así una demanda de entre cien y doscientas bovinas de película a la semana. “En una calle en Harlem”, escribió un periodista de Harper’s Weekly, “hay cinco nickelodeon en una manzana, cada uno de ellos con capacidad para proyectar ante mil personas cada hora. Funcionan desde

temprano por la mañana hasta la noche, y sus megáfonos empiezan a ladrar antes de que el lechero haya hecho su ronda".⁴

Si creemos las estimaciones más conservadora, alrededor de 1910 el nickelodeon atraía a más de veintiséis millones de americanos a la semana, algo menos del veinte por cien de la población nacional. Solamente en la ciudad de Nueva York, entre 1.2 y 1.6 millones de personas (o más del veinticinco por cien de la población de la ciudad) acudían al cine semanalmente, mientras que en Chicago, la locura del nickelodeon alcanzó a 0.9 millones de personas (un asombroso cuarenta y tres por cien de la población de la ciudad). Los ingresos nacionales totales de ese año alcanzaron un total de no menos que 91 millones de dólares).⁵

La mayor parte de esas audiencias procedía del gueto, un hecho que los comentaristas del nickelodeon nunca se cansaban de descubrir. El término o etiqueta utilizada una y otra vez al referirse al cine de cinco centavos, normalmente utilizado con un aire encantador de haber descubierto la frase exacta, era el de "teatro de la democracia". Un estudio de Russell Sage reveló que en 1911, el setenta y ocho por ciento del público de Nueva York consistía en "miembros de la clase trabajadora", en un momento en que el trabajador había sido privado de los derechos a artes más antiguas. "No se puede ir a ninguna de los espectáculos de cine de Nueva York", escribía Mary Vorse para *The Outlook* en 1911, "sin bendecir las películas que han traído tanto a las vidas de las personas que trabajan".⁶ "Durarán mientras

⁴ Barton Currie, "The Nickel Madness", *Harper's Weekly* 51 (24 de agosto, 1907); 1246. Las estadísticas del teatro son de Hampton, *A History of the Movies*, p. 58, *Moving Picture World* (de aquí en adelante nos referiremos a él como MPW), 5 de diciembre, 1908, p.523 cita un artículo sin título de Glenmore Davies en *Success Magazine*, que afirma que en 1908 existían seis mil nickelodeon por todo el país.

⁵ "Moving Pictures and the National Character", *Review of reviews* 42 (Septiembre,1910): 315-20. Michael Davis, "The Exploitation of Pleasure" (Nueva York, 1911), pp. 8-9 es ligeramente más conservador. Estima que 900.000 neoyorquinos asistieron al cine semanalmente en 1910.

⁶ Mary H. Vorse, "Some Pictures Show Audiences", *The Outlook* 97, (24 de junio, 1911): 442. El sondeo de Russell Sage está en Davis, *The Exploitation of Pleasure*, pp. 8-9. Garth S. Jowett, "The First Motion Pictures Audiences", *Journal of Popular Film* 3 (invierno 1974): 39- 54, cita informes de trabajadores sociales de Boston, Pittsburgh y Homestead, N.Y., que también demuestran la preponderancia de la clase trabajadora en los nickelodeon.

haya barrios pobres", escribía Joseph Medill Patterson, "porque en esos barrios están los mejor dotados y deben sobrevivir".⁷

Los custodios de los pobres tomaban por descontado que las películas estaban hechas para los emigrantes, los trabajadores, los niños y los desempleados. "Si Tolstoi estuviera vivo hoy", clamaba *The Nation*, "es probable que encontrase en el cine un aproximación cercana a su ideal de arte. La última prueba a una obra de arte del ruso era apelar al inculto pero no contaminado campesino...el hombre que es hoy en día el cliente más fiel del teatro de *nickel*". La censura municipal del cine estaba constantemente bajo ataque por parte de grupos cívicos que le llamaban legislación de clase, calculada para imponer niveles más duros en el teatro del pobre que en el de sus opuestos, los ricos. Muchas agencias de asistencia social, al ver el tirón que tenía el nickelodeon, siguieron la corriente comenzada por Jane Addams en Hull House y usaron las películas como parte de programas educacionales y de rehabilitación para los pobres. La Marina de los Estados Unidos, que en ese momento tenía alistados más de cinco mil emigrantes por año, comenzó en septiembre de 1910 a fabricar una serie de películas para promover el alistado de reclutas que se proyectaban en los nickelodeon de Nueva York y en estaciones de alistamiento por todo el país.⁸

Para esas audiencias, las películas significaban un escape en el sentido más literal. Entre los horrores de viviendas masificadas, trabajos donde se explota al obrero por sueldos bajísimos y epidemias continuas de fiebres tifoideas, las películas eran tratadas como un simple refugio- una variante de las carreras, la lotería, los adivinos o el bar. Las películas les ofrecían a

⁷ Joseph Medill Patterson, "The Nickelodeon: The Poor's Man Elementary Course in the Drama", *Saturday Evening Post* 180 (23 de noviembre, 1907): 38.

⁸ "A Democratic Art", *The Nation* 97 (28 de agosto 1913): 193. Para los argumentos contra la censura, ver "Un-American Innovation", *The Independent* 86 (22 de mayo, 1916): 265; "The White Slave Films", *The Outlook* 106 (17 de enero, 1914): 121; y U.S. Congress, House, *Committee on Education, Hearings, A Bill to Establish a Federal Motion Picture Commission*, 63d Cong., 2d ses., 1914, 2, pt.2: 197-198. Para películas que fomentaban el alistamiento en la Marina, ver "Moving Pictures and the National Character", 317; y Arthur Dutton, "Where will the Navy Get Its Men?", *Overland Monthly* 53 (marzo 1909): 223. Las estadísticas de los inmigrantes reclutados en la Marina, una cantidad cercana al 12 por ciento total de todos los reclutas, vienen de "The Report of the Bureau of Navigation", *The Annual Reports of the Navy Department*, 1911 (Washington D.C., 1911), p. 305.

los trabajadores una oportunidad de salir del frío y sentarse en la cálida oscuridad.

Cuando D.W.Griffith comenzó a dirigir en los estudios Biograph en 1908, su más dura competencia venía de peleas entre pesos pesados y comedias francesas. Este tipo de películas no necesitaban un gran poder de concentración; los argumentos de las comedias -si se les puede llamar así- eran simples y directos, sin complicarse con sutilezas del tipo de argumentos secundarios o delineación de los personajes. La acción, siempre rápida, se movía en línea recta de un clímax a otro, solucionándose con una paliza o una explosión. Nadie que hojee las páginas de MPW y lea el argumento de nuevas películas puede pasar por alto el increíble acento que se pone en payasadas violentas y humor poco inteligente. La obra de Vitagraph, *When Casey Joined the Lodge*, reseñada el cuatro de julio de 1908, presenta a dos irlandeses en el inicio de una hermandad peleando el uno contra el otro con ladrillos y tirando cartuchos de dinamita a miembros de la hermandad, policías e inocentes transeúntes. Tres semanas más tarde, Vitagraph presentó *A Policeman's Dream*, en la que dos chicos despiertan a un agente de su ensimismamiento prendiéndole fuego.⁹ Ni el policía ni los chicos resultan golpeados, un final excepcional. En otras comedias de julio de 1908: un candidato electoral es sepultado en basura y engrudo, tras lo cual recibe una paliza de su mujer;¹⁰ los asistentes a una fiesta caen en la habitación de un joven cuando el suelo se hunde y reciben una paliza;¹¹ un caballero "que se propone ser amable con todo el mundo" inadvertidamente provoca el caos en una ciudad con su extraño comportamiento y recibe "una lluvia de golpes tremenda por ello".¹² Historiadores posteriores clamarían que tales películas funcionaban como parte de la integración de los inmigrantes a la sociedad americana, mostrando modelos de valores y costumbres del nuevo mundo. Pero de hecho, pocas de estas películas desarrollaban esta tarea. A pesar de toda su popularidad con audiencias americanas, estas películas revelaban muy poco sobre América. Desde luego, la mayoría de ellas eran producidas en

⁹ MPW, 25 de julio, 1908.

¹⁰ *The Candidate*, Pathe Frerés.

¹¹ *Noisy Neighbors*, Pathe Frerés.

¹² *Too Polite*, Gaumont.

Francia: exportaciones de la compañía de los Pathe Freres, que lanzaron más películas por sí mismos en Estados Unidos que las principales compañías americanas juntas. Trucos de cine de Georges Méliés, comedias chabacanas y documentales de viajes de Gaumont.¹³ Pero incluso cuando llegaban desde los Estados Unidos, estas películas de un solo rollo apenas representaban las particularidades de los estereotipos americanos, sus paisajes o su temática social. Al contrario, las películas eran ofrecidas como espectáculos que inducían al espectador a maravillarse ante lo innatural, ya fuese un persecución tonta, un sueño cómico, una aventura maravillosa o un desastre histórico. Aquellos que las veían no aprendían mucho, lo que importaba era el hecho de ir al cine. Al percibir lo que era general en su situación, los inmigrantes se podían identificar con otros que vivían lo mismo. Como las sociedades, las escuelas y la prensa, el nickelodeon era un medio por el cual los inmigrantes llegaban a conocerse entre ellos.

Aspiraciones a llegar a la clase media

Pero este retrato de la audiencia del nickelodeon, como el del teatro, puede llevar a conclusiones erróneas, porque es drásticamente incompleto. El teatro de cinco centavos puede haber sido considerado el pasatiempo del obrero, pero el hecho menos tenido en cuenta es que el teatro le llegaba por necesidad, no por elección. Los obreros y sus familias pueden haber apoyado el nickelodeon. El escándalo era que nadie conectado con el cine quería su apoyo, y menos que nadie, los exhibidores de películas inmigrantes que pretendían salir de las barriadas con sus teatros. La queja continuada de los empresarios contra la audiencia del nickelodeon –voceada con monótona regularidad en los periódicos de su oficio, en cartas

¹³ Cf. "What Is an American Subject?" *MPW*, 22 de enero, 1910, p. 82, en el que un reportero anónimo contó cuarenta películas lanzadas la semana anterior, la mitad de las cuales, remarcó, fueron producidas en el extranjero. De aquellas producidas en los Estados Unidos, recontó tan sólo diez con temas americanos, "eso es, temas propios y claramente americanos en caracterización, escenario y alrededores. Los otros temas podrían tranquilamente haber sido preparados en Europa". El reportero concluye "que el tema americano no parece tener una parte predominante en la programación de los cines de los Estados Unidos".

privadas y en testimonios en reuniones— era que los aficionados al cine como grupo carecían de “clase”. Un aficionado vestido con un traje o un uniforme de oficial era una excepción momentánea; un coche aparcado en el exterior del teatro, una razón para escribir al *Moving Picture World*. Por el contrario, ciertas clases de trabajadores eran desanimados a acudir y a veces, expulsados del cine. Un ejemplo extremo es el caso de los nickelodeon de los suburbios en las zonas navales de Charleston y Portsmouth que favorecían a los oficiales militares con precios reducidos mientras que prohibían la entrada a los soldados rasos. Escribiendo simpáticamente acerca de esto, un editor razonaba: “Una manera de mantener los problemas fuera del teatro es el no admitirlos en principio...El germen de las riñas está presente en mayor o menor medida en cualquier escuadrón de marinos. El encargado tiene la razón en conocer de entrada si son amigos o enemigos, así que no se puede culpar a un encargado en Portsmouth o cualquier otro lugar por usar su poder de disquisición, ya sea con afectados con uniformes del tío Sam o de Johnny Bull o de otro cualquiera”.¹⁴

Hasta que el Secretario de Marina amenazó con un boicot naval a todo nickelodeon en Boston y Portsmouth, y el gobernador Eugene Foss de Massachusetts firmó una ley prohibiendo la discriminación de reclutas en lugares de esparcimiento, los operadores no se rindieron y acordaron aceptar a los uniformados. Mientras tanto, en los nickelodeon de las grandes ciudades, los operadores fueron advertidos acerca de ganarse reputaciones como teatros étnicos y se les dieron tres reglas para atraer a una clientela “mixta”: los operadores debían evitar presentar programas claramente dedicados a cualquier nacionalidad en concreto, evitar los actos de vaudeville étnicos y eliminar todas las canciones en lenguas extranjeras.¹⁵ Avergonzados de sus clientes regulares, algunos encargados ambiciosos trataban por todos los medios de atraer clientela de la más pudiente clase media, que era en ese momento el dominio del vaudeville y el verdadero teatro.

¹⁴ *MPW*, 3 de junio, 1911. La pelea en el nickelodeon de dicha zona fue recogida en *MPW*, 3 de junio, 1911. p. 1246 y 10 de junio, 1911, p. 1321.

¹⁵ *Motography* 7 (febrero, 1912), p. 24.

El ansia por la riqueza y la respetabilidad nos ayuda a comprender los curiosos emplazamientos del nickelodeon original. Incluso cuando eran entretenimiento para la clase obrera, el nickelodeon apenas se construía en la comunidad obrera o en su área de compras. Así, aparecían en áreas de negocios en las partes exteriores de los barrios pobres, cerca de los centros de comercios de la clase media, accesibles a los obreros pero incluso más accesibles a dicha clase media.

Boston como caso de estudio

Un estudio de los teatros nickelodeon dramatizará este fenómeno. Aunque Boston no sea necesariamente una típica metrópolis americana, nos ofrece una muy útil y conveniente oportunidad de estudio de una ciudad que se estableció tempranamente como un gran productor y mercado de la industria del cine en la costa este. Gracias a su reputación como lugar importante en relación con el teatro (ya se conocía mucho y bien como un campo de pruebas para las obras neoyorquinas, como el cuartel general de la vasta cadena de teatros de vaudeville de B.F. Keith y como la ciudad que introducía representaciones constantemente), sus nickelodeon se describían y se analizaban con todo detalle en la prensa del gremio. Como consecuencia de ello, y la constante atención prestada al nickelodeon por los trabajadores sociales, la iglesia y la maquinaria política de la ciudad, Boston nos proporciona una de las más influyentes y mejor documentadas colecciones de teatros nickelodeon de la nación.

Los cines de Boston estaban situados a lo largo de tres emplazamientos estratégicos en el área comercial del centro de la ciudad. En un lado se agrupaban siete teatros alrededor de Scollay Square y Bowdoin Square, más cerca de las costosas casas de ciudad de Beacon Hill que de las viviendas de los italianos e irlandeses del lado norte. Este era el distrito original de los nickelodeon en Boston, dónde en 1905 Mark Mitchell construyó el primer salón de cine de Boston -el Teatre Comique del número 14 de Tremont Row- y dónde la primera cadena de salas de cine de Boston estableció sus oficinas.

Desde aquí, los nickelodeon se expandían en línea recta a lo largo de Tremont Row y Washington Street, en donde funcionaban mano a mano con las casas de vaudeville del centro y los más grandes teatros. Aunque Washington Street ostentaba los alquileres más altos de la ciudad (30.000 dólares al año, por solares que oscilaban entre 2.500 y 5.000 metros cuadrados), el flujo constante de negocios la convirtió en el distrito teatral más próspero y competitivo de la ciudad. Los compradores que salían de C.F. Hovey's o de los almacenes Meyer Jonasson podían escoger entre el Bijou Dream, el Pastime, el Gaiety o el Park sin tener ni siquiera que cruzar la calle. El Unique y el New Washington estaban a una manzana del "elegantemente llamado" Bradford Hotel y a dos manzanas del estiloso Hotel Touraine. Dos teatros serios cercanos –el Shubert en el número 265 de Tremont y el Boston en el 539 de Washington- se quejaban continuamente al *Dramatic Mirror* de Nueva York acerca de la competencia barata que atraía a sus regulares. Para combatir la amenaza, el Shubert comenzó a proyectar películas de diez centavos en su Globe Theatre durante los meses de verano de 1909 –una práctica desconocida entre las casas serias de teatro de Boston y que creó una amarga guerra de tarifas en la esquina de Eliot Street y Washington Street-.

Tras el distrito de hoteles y el barrio chino, en los barrios de mala vida de Boston, se encontraba el tercer grupo de teatros de *nickel*, situados alrededor de Castle Square y la parte baja de Washington Street, donde, en decadencia y mal atendidos, encajaban con el paisaje gris del South End. Encajonados entre bares, salones de billar y hoteluchos, estos teatros eran el objetivo principal de los reformadores municipales y de la oficina del alcalde. Las familias de clase obrera evitaban estos teatros en su mayoría, saltándose los, para acudir a los teatros del norte, más lejanos pero mejor atendidos y gestionados. Los teatros de Castle Square estaban tomados generalmente por los desechos que vivían en los cuchitriles de Tremont y Shawmut, o los transeúntes de las pensiones locales. Algunos de estos

nickelodeon se usaban incluso como lugares para dormir; las redadas policiales en el Paradise y el Dreamland eran comunes.¹⁶

El South End en cuanto a emplazamiento, era conocido como el “cementerio” del nickelodeon, donde, a pesar de los alquileres baratos, los teatros y salas sufrían la peor media de supervivencia. Estos locales cambiaban de manos constantemente, los exitosos operadores del norte consideraban la zona como un espacio de cuarentena, y preferían expandir sus imperios a las zonas residenciales de la opulenta Back Bay. La idea de construir salas de calidad en el South End nunca se tuvo en cuenta. Incluso más allá de toda consideración estaba la posibilidad de construir teatros más al sur, en los distritos comerciales de South Roxbury o cerca de las fábricas del propio South End, donde reinaban las representaciones de pacotilla, las salas más insignificantes de vaudeville y los más baratos teatros originales. Como el North End, el South End estaba totalmente fuera de los límites para los ambiciosos capitalistas del nickelodeon.

Lo que hace de esta estadística algo sorprendente, es que existía un grupo de teatros en el South End que probaban que dedicar el negocio al mercado étnico era económicamente plausible. Estos eran los tres venerables salones de primera clase del South End –el Columbia, el Castle Square y la Grand Opera House- que habían comenzado a proyectar películas para cubrir los días en los que no se representaban obras en directo, ni actuaciones de variedades, y luego se habían dedicado por entero al cine. Estos tres salones demostraban que era posible dirigirse a una clientela étnica y a las clases obreras y mantener un exitoso negocio. El Columbia, por ejemplo, en el 978 de Washington Street, local de mayor tamaño y el más elaborado del South End en 1895, alternaba películas y obras de vaudeville diez años más tarde y se dedicaba al público familiar irlandés presentando actuaciones étnicas y canciones irlandesas entre proyección y proyección. El Castle Square, hogar de la compañía de ópera del South End en los 90, se

¹⁶ La notable excepción a esta regla era la Idle Hour en Castle Square. Para la gente de color que vivía en el vecindario de Kirkland Street, la Idle Hour era virtualmente el único teatro de la ciudad que permitía una audiencia mixta en el piso principal. En el otoño de 1910, un grupo de comerciantes locales de color compraron el teatro y comenzaron a gestionarlo (renombrándolo Pekín) durante un año hasta que se arruinó.

convirtió en sala de cine en 1907, pero continuó presentando actuaciones Yiddish (judías) en el verano, debido a la creciente comunidad judía establecida en el vecindario de Pleasant Street y North Roxbury. Estos eran precisamente los caminos que los nuevos operadores del teatro escogieron no seguir. Los nuevos salones de cine estaban decididos a invadir los barrios nuevos y a permanecer fuera de los viejos.

Sus horizontes estaban claramente delimitados: la colérica oposición a las actuaciones llamativas, que eran la norma, les prohibía entrar en las zonas residenciales, los empresarios no conseguían licencias para construir en las zonas adineradas como Back Bay o a lo largo de Boylston Street. Las exclusivas calles comerciales de Back Bay en Newbury Street o Huntington Avenue también estaban fuera del su alcance. Aún así, los empresarios más agresivos empujaban en esa dirección, y hacia el comienzo de la Primera Guerra Mundial, incluso estos refugios cedieron ante el avance de los temidos filisteos.¹⁷

Sucedía algo semejante en la ciudad de Nueva York, en Chicago, Filadelfia y San Luis.¹⁸ Los productores y empresarios ansiosos de recuperar sus inversiones no hacían el menor esfuerzo para promocionar la industria ante las clases trabajadoras. En pocos casos se exponían temas étnicos, y eran escasos los relatos de las peripecias de los inmigrantes -su llegada al nuevo mundo, la vida en los barrios- hasta que apareció D.W.Griffith.¹⁹ No se

¹⁷ Las direcciones de los teatros aparecen en el *City Directory* de Boston, 1910; para comentarios sobre los nickelodeon he dependido de las informaciones del reportero de *MPW* en Nueva Inglaterra y Boston, que comenzaron el 1 de octubre, 1910, y continuaron más o menos semanalmente a lo largo de 1910 y 1911. Véase también Frederic E. Hayes, "Amusements", en *The City Wilderness*, ed. Robert A. Woods (Boston, 1899), para los teatros del South End. Donald C. King, "From Museum to Multi-Cinema", *Marquee* 6 (tercer trimestre, 1974): 5-22, proporciona una historia ilustrada muy útil de los teatros de Boston desde 1794 hasta nuestros días.

¹⁸ Para una descripción de los nickelodeon de Nueva York, véase Russell Merritt, "The Impact of D.W.Griffith's Moving Pictures from 1908 to 1914 on Contemporary American Culture" (Ph. D. diss., Harvard University, 1970), pp. 106-8. Informaciones contemporáneas sobre el nickelodeon en Filadelfia y Chicago pueden encontrarse en las páginas de *MPW*. Aunque no hay estudios sistemáticos actualizados sobre estos teatros, sí existen interesantes ensayos individuales sobre teatros y también pueden encontrarse informes de la historia del teatro en la ciudad en las páginas de *Marquee*, el periódico de la Theatre Historical Society.

¹⁹ Por ejemplo, una búsqueda detallada a través de resúmenes de películas de *MPW*, publicados a partir del 9 de marzo de 1907, el número inaugural de la revista, hasta diciembre de 1908, reveló que de 1.056 películas de producción

aceptaban actores con rasgos étnicos prominentes para los papeles protagonistas. La belleza americana de ojos azules y pelo castaño era casi imprescindible, aunque representase una cantante italiana, una doncella sioux, o una “señora” española. En medio de una audiencia nueva y extraña, la industria se aferraba a los antiguos modelos, más seguros.

En este caso, al referirnos a los antiguos modelos, estamos hablando de teatro de vaudeville. Dicho espectáculo, que decaía desde 1900, con la llegada de la popularidad del nickelodeon, había producido sin querer el modelo a seguir por el nuevo rival. De la misma manera en que, cinco años antes, los proyectores de cine habían usado el teatro legítimo como guía para aprender cómo vender largometrajes, en 1908, el propietario del nickelodeon se basaba en los teatros de vaudeville para asimilar métodos de exhibición de metrajes cortos. Ya hemos visto un ejemplo de ello: las localizaciones de los nickelodeon que hemos descrito, estaban menos determinadas por proximidad a su clientela que por proximidad al trillado camino de los salones de vaudeville. Muchos nickelodeon eran, de hecho, salones de vaudeville reconvertidos, y otros se construían al lado de estos. Cuando los empresarios decidieron mezclar sus películas cortas con una canción ilustrada, una conferencia, o actos de variedades, tan sólo estaban planeando variaciones de las rutinas del vaudeville. Las continuas representaciones de este, y su característica arquitectura también fueron adaptadas a los nuevos espectáculos. Lo que es más importante, cuando los encargados de las proyecciones se imaginaban el público ideal, normalmente pensaban en el público del vaudeville; un cruce entre la vida urbana y suburbana de América. Preferían este antiguo público al poco elegante nuevo público que los había descubierto. Seguir las normas dictadas por el vaudeville era el camino más fácil.

americana comentadas, un total de ocho trataban de inmigrantes o gentes de poco poder adquisitivo: *The Life of a Bootblack* (Essanay, 1907); *Smuggling Chinese Into the U.S.A.* (Goodfellow, 1908); *The Eviction* (Selig, 1908); *The Little Match Girl* (Goodfellow, 1908); *The Rag – Picker's Christmas* (Goodfellow, 1908); *New Way to Pay Old Debts* (Lubin, 1908); *Old Isaacs the Pawnbroker* (Biograph, 1908); y *A Mother's Crime* (Vitagraph, 1908). Las dos compañías francesas más grandes- Pathe Frerés y Gaumont- contribuyeron con otras siete películas sobre el mismo tema.

Atrayendo la industria familiar

El problema que ahora se les presentaba era el siguiente: ¿cómo atraer ese acaudalado público familiar, tan cercano y lejano a la vez? La respuesta, era frecuentemente un tema de conveniencia, y llegó a través de la Nueva Mujer Americana y sus hijos. Si bien pocos hombres profesionales podían considerar, alrededor de 1908, llevar a sus familias al nickelodeon, las mujeres en el descanso de sus compras, o los niños fuera del colegio, proporcionaban el salvavidas ideal que llevaría a la burguesía pudiente. Estadísticamente, las mujeres y los niños sumaban solamente el 30 por cien del público de Nueva York, o incluso menos en representaciones posteriores a las ocho de la tarde, pero recibían gran atención por parte de la industria y sus censores. En un negocio que moría por ser respetable, la mujer de clase media era la respetabilidad encarnada. Con tan sólo su presencia en el teatro, se refutarían las acusaciones vituperantes que aludían a la vulgaridad corrupta del espectáculo.²⁰ Los teatros utilizaban todos sus medios para conquistarlas. Tras la política del Boston Premier de dar entradas gratuitas a las mujeres para espectáculos matinales, el Olympic reaccionó cobrando a mujeres y niños tan sólo media entrada para espectáculos a cualquier hora del día, y así sentó el precedente que virtualmente todos los nickelodeon importantes de Boston seguirían. Hacia el final de 1910, a las mujeres y los niños se les cobraba la mitad en todos los teatros de Filadelfia, mientras que, con mayor frecuencia, las quejas de los empresarios sobre las películas tomaban el aspecto de galante defensa de las tiernas sensibilidades femeninas.²¹

A su vez, las mujeres no eran menos veneradas en las propias películas. Las obras originales en pantalla revelaban una preocupación hacia las historias de mujeres. Las protagonistas femeninas eran, con mucho, más numerosas que los masculinos, impávidas combatiendo lo que fuese: gangsters de

²⁰ Sobre la afluencia de mujeres y niños, véase *Committee on Education, Hearings*, pp. 121-122. Para más información sobre la afluencia de niños, véase *Survey* 35 (9 de mayo, 1914).

²¹ Reducción de precio que aparecía en *MPW*, 21 de enero, 1911, p. 146, y 4 de marzo, 1911, p.728. Para estadísticas de Filadelfia, *MPW*, 3 de junio, 1911, p. 1245.

Nueva York, indios salvajes, abusos enormes o "la otra mujer". En la mejor tradición gentil, al público no se les mostraban escenas de libertinaje y corrupción ni actos criminales; el anticuado código moral de la era victoriana, que requería que el vicio se castigase y se premiase la virtud llegó a ser una ley inflexible durante este período. "Los bares y otros lugares de mala reputación no deberían mostrarse, o si lo hiciesen sería de forma tan leve que no provocasen ninguna reacción", advertía el manual del guionista. "Manténgase alejado de la atmósfera de crimen y corrupción y evite tanto como sea posible, la aparición de peleas, robos o cualquier otra infracción de la ley. La mente juvenil es observadora y receptiva... Si escribe historias limpias y decentes, no tiene usted que preocuparse de la Junta de Censores. Si quiere usted regocijarse en el crimen y el derramamiento de sangre, deberá tener cuidado de mantener las acciones de sus personajes dentro del código no escrito."²²

La presión para que el cine se mantuviese como algo "popular" fue así contrarrestada por la presión para mantenerlo dentro de la respetabilidad. Los productores se basaban mucho en los escritores europeos –Zola, Daudet, Poe, Tolstoi, Dumas, Hugo, Twain, De Maupasant y Shakespeare– para crear clásicos. A veces, la tensión entre estos impulsos opuestos producía extraños resultados. Cuando en 1910 Vitagraph filmó la *Elektra* de Sófocles en una bovina, a los exhibidores se les aconsejó "ANUNCIENLA COMO UN CIRCO, ATRAERÁ MÁS PÚBLICO QUE CUALQUIER OTRA PELÍCULA QUE HAYA EXHIBIDO".²³ En el Orpheum de Louis B. Mayer, la *Passion Play* de Pathé, "la vida de Cristo desde la Anunciación a la Ascensión en veintisiete bellas escenas", fue seguida a la semana siguiente por *Bluebeard, the Man with Many Wives*. Ambas fueron éxitos.²⁴

Pero la atracción más sofisticada y verosímil llegó con la sangre nueva que se colaba en los estudios de producción de películas. Aunque él provenía de una familia y circunstancias muy diferentes de las del empresario de teatro, el temprano director y escritor de películas dramáticas tenía aspiraciones propias y trabajaba también para atraer a la clase media al cine. La

²² Epes W. Sargent, *Technique of the Photoplay* (Nueva York, 1913), pp. 133-34

²³ Citado en Wagenknecht, *The Movies*, p. 64.

²⁴ Bosley Crowther, *Hollywood Rajah: The Life and Times of Louis B. Mayer* (Nueva York, 1960), p. 30-31.

perspectiva del propio Griffith –típica de directores de cine tales como Sidney Olcott, Allan Dwan y Frank Powell– era la del burgués, nacido americano, orgulloso de su antiguo material americano y viviendo cómodamente de una renta familiar de entre 800 y 1.500 dólares al mes, mientras que la media nacional estaba por debajo de los 600 dólares al año.²⁵ La gente que hacía las películas contaba las historias que conocían mejor, e inevitablemente, al realizarse, sus películas mostraban su propio origen de clase media. Su perpetuo ruego de aceptación entre su clase proporcionaba una presión especial para la vuelta a temas y figuras aprobadas por los guardianes de la cultura popular.

Para bien o para mal, la película de cinco centavos, como el teatro que la albergaba, se le escapaba de las manos a su público original. Para el inmigrante, las películas eran parte, cada vez más, de su asimilación a la vida americana. Los creadores de ellas, así como los operadores del nickelodeon, estaban ahí para satisfacer a la audiencia, más amplia y más exigente, formada por sus iguales.

En el otoño de 1913, el esfuerzo conjunto había empezado a tener éxito. De la misma forma que la emoción incómoda de ver películas sentado en sillas de madera dio paso a cines de lujo, y las películas se alargaban de una a cuatro bovinas, la clientela también comenzó a cambiar imperceptiblemente. Algunos periodistas escribían continuamente –y de manera crítica– sobre el “nuevo público” y “las audiencias de mentes más rápidas” que habían descubierto el cine y abandonado el teatro y las bibliotecas. Los vecindarios residenciales, reacios al nickelodeon en 1908, se ablandaron gradualmente a la presión de empresarios más agresivos y permitieron la construcción del nickelodeon en sus calles mayores. El clímax llegó en junio de 1914, cuando una versión de diez bovinas de *Cabiria*, de Giovanni Pastrone se proyectó en la Casa Blanca ante el presidente Wilson, su familia, y miembros de su gabinete. El presidente de

²⁵ Linda Arvidson, *When the Movies Were Young* (Nueva York, 1925), p. 134. En 1910, los cheques de royalties de Griffith oscilaban entre 900 y 1.500 dólares al mes.

los Estados Unidos había ido a ver una película. ¿Quién esperaba resistirse a esto?

El cine no perdió el público inmigrante y de clase obrera, pero a la vez que nuevos teatros invadían las áreas residenciales y se proyectaban películas en casas respetables, el estigma social que arrastraba el nickelodeon casi se desvaneció. Las estimaciones más fiables sugieren que, a grandes rasgos, la afluencia de público casi se duplicó durante la era del nickelodeon, aumentando de veintiséis millones de personas a la semana en 1908 hasta alrededor de cuarenta millones en 1914.²⁶ Aunque las mujeres y los niños seguían siendo los grupos de los que más se hablaba, los hombres adultos sobrepasaban en las estadísticas a ambos grupos juntos; Frederic C. Howe estimó que un setenta y cinco por cien del público a nivel nacional eran hombres adultos.²⁷ El tamaño de las audiencias debe haber diferido considerablemente de las sesiones matinales a las nocturnas, y de entre semana al fin de semana (los sábados por la tarde, se reconocía públicamente, los niños en edad escolar eran mayoría en los cines de todas partes). Pero, entre comentaristas contemporáneos, nadie se atrevía a negar el sentimiento común de que el cine atraía "el mejor público de todos". Sobre las nuevas audiencias, Walter P. Eaton escribía en *The Atlantic*:

"No se puede, por supuesto, trazar una línea que no sea cruzada en algunos puntos. En Atlanta, Georgia, por ejemplo, a menudo pueden verse automóviles aparcados en doble fila a lo largo de la cuneta delante del cine, lo que no sugiere en absoluto un público proletario".²⁸

En *The Outlook*, Howe escribió:

²⁶ Frederic C. Howe, "What To Do With The Motion -Picture Show: Shall It Be Censored?" *The Outlook* 100 (20 de junio, 1914): 412; Committee on Education, *Hearings*, p. 65; "Moving Pictures and The National Character", *Review of Reviews* 13 (septiembre, 1910): 315-20.

²⁷ Howe, "What To Do with The Motion Picture Show", p. 413.

²⁸ Walter P. Eaton, "Class-Consciousness and the Movies", *The Atlantic Monthly* 115 (enero, 1915): 49-50.

“No hay un pueblo que no tenga uno o más cines... Ahora los hombres llevan a sus mujeres y familias al cine por las noches, mientras que antes se iban solos al bar más cercano”.²⁹

Los nuevos teatros de Boston

Este nuevo público no había llegado de casualidad. Se puede deducir que había sido atraído agresivamente por los empresarios del cine, deseosos de romper las barreras sociales si nos fijamos en los cambiantes modelos de proyección de películas antes de la guerra. El distrito de teatros de Boston, que en 1910 estaba restringido al centro, ganó terreno considerablemente al comienzo de la Primera Guerra Mundial. Se abrieron cines nuevos en cada vecindario residencial por toda la ciudad. Al final de 1913, Dorchester, Roxbury, Cambridge, Sommerville, Newton, Belmont y Watertown habían sucumbido a la creciente fiebre del cine y permitido la construcción de cines en sus calles mayores. *Moving Picture World* trataba el constante flujo de nuevas noticias en el frente. “Por primera vez en la historia de la ciudad”, contaba el catorce de diciembre de 1913, “la élite de Brookline, Mass., ha decidido otorgar una licencia para un espectáculo de cine”. Algunos meses antes, el mismo corresponsal comunicaba la victoria en Brighton: se abriría por fin un nickelodeon en esa opulenta zona residencial después de tres años de oposición por parte del alcalde John F. Fitzgerald. Lo más interesante de todo era que en la exclusiva comunidad de Back Bay en Boston, el distrito residencial más rico y su centro cultural, se abrieron hasta tres cines ese año. Back Bay había permanecido intacto a través de enero de 1913, pero en dieciocho meses, los aficionados al cine veían películas en el First Spiritual Temple, que la conocidísima señora M.S. Ayer y sus amigas habían convertido en Exeter Street Theatre; en St. James, a una manzana del Boston’s Symphony Hall; y en Potter Hall, un local de ópera convertida al cine después de que la temporada de ópera de 1910 fallase.³⁰

²⁹ Howe, “What To Do with The Motion Picture Show”, p. 413.

³⁰ Henry Archer, el corresponsal en Nueva Inglaterra de *MPW*, hizo varios reportajes sobre estos nuevos teatros residenciales durante 1913 y 1914. Véase en particular sus artículos con fecha del catorce de marzo, 1914; dos de mayo de 1914; y treinta de mayo de 1914.

Mientras, el distrito de nickelodeon del centro de Boston, que todavía se extendía por Washington Street y Tremont Street, crecía en otra dirección (hacia arriba). Las catedrales del cine tardarían todavía varios años en aparecer, pero la tendencia a teatros más grandes y más elaborados estaba clara para cualquiera que leyese las noticias de teatro que aparecían en la prensa. El Beacon, adornado con un enorme globo que giraba sobre la entrada que brillaba en la oscuridad, abrió sus puertas de latón con *The Fall of Troy* el diecinueve de febrero de 1910, ante un lleno de ochocientas personas. Cuatro años más tarde, la misma corporación construyó el Modern, una maravilla gótica con más de mil plazas, arbotantes y una puerta que parecía la entrada de una catedral. El Scollay Square Olympia de Nathan Gordon optó por el ecléctico florentino. Al pasar bajo una estatua dorada de la Victoria, con los brazos extendidos y el estómago prominente con un reloj luminoso, el cliente del Olympia entraba en un vestíbulo decorado con murales florentinos, suelo de cerámica, y una cabina de venta de entradas que parecía un confesionario renacentista. Se decía que el teatro tenía capacidad para mil cien personas sentadas, y era uno de los más grandes de la ciudad, pero su orgullo eran las cortinas azules, grises y doradas que colgaban de los palcos, la balconada y los pasamanos de la galería, grabados con la letra *O*.³¹ Para no quedar en menos, los nickelodeon de Washington Street –el Joliette y el Park– ampliaron drásticamente y remodelaron sus interiores con grandiosos despliegues.³²

Estos teatros ampliados endurecieron la competencia en el centro, pero la amenaza más temida y de más repercusión procedía de otro barrio, originariamente indiferente a las películas de diez centavos, que se resistía a proyectarlas pero que quería cambiar cuando la competencia del nickelodeon lo hizo necesario. Desplazados del negocio por el cine, algunos antiguos teatros habían comenzado a proyectar sus propias películas de dos y tres bovinas, y al hacerlo había desviado un porcentaje considerable de la audiencia que el nickelodeon se había procurado. "Al público", admitía un periodista del gremio tristemente, "es evidente que le gusta ir a un teatro

³¹ *MPW*, 26 de noviembre, 1910; 17 de enero, 1914; 25 de julio, 1914; *Boston Globe*, 2 de abril, 1914; 1 de julio, 1914.

³² *MPW*, 20 de diciembre, 1914; 5 de diciembre, 1914; *Boston Globe*, 3 de diciembre, 1914.

normal que proyecta películas y vaudeville antes que a los teatros de photoplay, incluso si los espectáculos que presentan no son mejores. Todo el mundo sabe que el Globe es un "limón" como local dramático, pero se dice que obtuvo un beneficio de mil dólares limpios por semana cuando presentaba el cinematógrafo el pasado verano".³³

En números cada vez mayores, las audiencias descubrieron que podían ver películas sin ir al nickelodeon. Al final de 1913, el National, el Park, y el Potter Hall, habían abandonado los dramas serios en favor de los filmes de dos o tres rollos, mientras que el Tremont, el Shubert, el Cort y la Opera House incluían largometrajes en su temporada teatral regular. El clímax llegó el veintitrés de noviembre de 1914, cuando B.F. Keith anunció que el Boston, el teatro más grande, antiguo y prestigioso de la ciudad sería en adelante un cine. En la gala de inauguración, donde se accedía solo con invitación, se presentaron William Farnum y Tom Santschi en *The Spoilers*. Incluso el senador Henry Cabot Lodge estaba allí.³⁴

En conjunto, el número de cines de Boston aumentó en más de un treinta por cien durante los años del nickelodeon, creciendo de treinta y uno en enero de 1907, a cuarenta y uno en enero de 1914. Prácticamente en todos los casos, los nuevos teatros, con sus enormes capacidades y una decoración más ornamentada, fueron inaugurados en áreas más prósperas y más exclusivas que sus predecesores.

No hay ejemplos de apertura de cines en Boston durante los años que van de 1910 a 1914 en áreas que pudiesen describirse como comunidades obreras: Castle Square, North End, South End o North Roxbury. La seducción del opulento tenía lugar en otros lugares más cerca de sus hogares.

Los adornos prestigiosos para películas no eran nada nuevo. Para los ricos, las proyecciones privadas en bailes de sociedad eran novedades de moda desde 1897, cuando el Paris Charity Bazaar se incendió y provocó el famoso

³³ *MPW*, 17 de diciembre, 1910.

³⁴ *MPW*, 5 de diciembre, 1914; *Boston Evening Transcript*, 24 de noviembre, 1914.

escándalo; cuando Nora Saltonstall celebró su gala anual en el Boston's Copley Plaza Hotel, el Globe llamó a las comedias mudas de cuatro bovinas un entretenimiento social divertido y familiar. Los colegios, los bailes de caridad, las iglesias y los clubes sociales proyectaban películas que les habían suministrado con ánimo de lavar la reputación de los nickelodeon. Por supuesto, esto no era asistencia al cine en el sentido habitual. La sociedad y el operador de la película estaban de acuerdo en que estas eran situaciones especiales, representaciones que creaban buena voluntad sin interferir con el negocio diario ni con la posición social.

Los teatros legítimos, por el contrario, se veían como lugares donde los ricos podían acudir a ver películas regularmente, sin sentirse incómodos y pagando la entrada completa. Cuando tales lugares comenzaron a proyectar películas, se les reconoció instantáneamente como el enemigo, al cual querían unirse los empresarios propietarios de nickelodeon. Marcus Loew, B.F.Keith, Nathan Gordon y Mark Mitchell, que eran en 1914 los cuatro propietarios más importantes de Boston, comenzaron a hacer incursiones sistemáticas a los teatros legítimos o antiguos para atraerlos a sus cadenas de cines. Al mismo tiempo, operadores de menor categoría que no podían permitirse comprar o alquilar esos teatros, renovaban los suyos para que parecieran de primera clase en apariencia y formato. Los propietarios se las ingeniaban para reclutar encargados que tuviesen experiencia en el campo del teatro propiamente dicho, y modificaban el antiguo formato tomado del vaudeville para darle a sus espectáculos la apariencia de teatro clásico. Una consecuencia importante de esta invasión era el desarrollo de una jerarquía social inexistente entre los cines de 1910, que se estableció rápidamente en el momento de la Primera Guerra Mundial. Los clientes y los propietarios comenzaron a votar los teatros en cuanto a su tamaño y calidad, discriminando entre los de primera clase y el nickelodeon. Los teatros más caros trabajaban duro para disociarse de los teatros baratos incluso a la vez que promovían las comparaciones con los cines antiguos, mientras que el público rápidamente adoptó un doble rasero según el cual las películas permitidas en algunos cines no lo eran en otros. Por ejemplo, cuando la Junta Nacional de Censura, creada cinco años antes, fue descrita por su presidente, Frederic C. Howe, en 1914, su jurisdicción estaba limitada a los

teatros de cinco y diez centavos, permitiendo al teatro de dólar proyectar películas que la Junta prohibía exhibir en el nickelodeon, cómo los ciclos de la esclavitud blanca y cortometrajes de educación sexual.³⁵ Los teatros de primera clase también tenían otras ventajas comerciales, compromisos exclusivos a cambio de rentas más altas, que les ayudaban a distinguirse de los de segunda categoría, que eran más baratos.

La muerte del nickelodeon

Cuando durante los años de la guerra se hundieron las compañías de producción de la Motion Picture Patents Company, se llevaron el nickelodeon con ellas. Relegados a un segundo plano por las nuevas compañías de producción independientes que consideraban anticuadas las películas de una sola bobina, los nickelodeon o bien se ampliaron, cambiaron de formato o se vinieron abajo. Tan pronto como 1914, los periódicos del gremio hablaban del teatro de cinco centavos como de una especie en peligro de extinción. "No podemos cerrar los ojos ante el hecho", escribía Stephen Bush, "de que los teatros con poca capacidad y que usan principalmente productos de una sola bobina, se están arruinando a nuestro alrededor".³⁶ Los esfuerzos para salvarlos se hicieron de muchas maneras, pero los operadores más importantes lo vieron claro. No fue hasta 1928, con la llegada del sonido, que tendría lugar otro esfuerzo masivo para renovar, construir y abandonar los cines como en 1913 y 1914. Pero, para entonces, el trabajo de construir un público para las películas había terminado. Sin largometrajes y teatros refinados, era improbable que una audiencia de clase media hubiese durado mucho. Pero el nickelodeon y sus filmes de una y dos bobinas habían llevado a cabo la tarea inicial que luego se atribuyó a largometrajes importados, palacios del cine y a la Primera Guerra Mundial. Principalmente, fue el trabajo de los inmigrantes que querían introducirse en la producción de la misma manera que lo habían hecho en la exhibición. Como fabricantes de películas, sus nombres –Zukor, Loew, Laemmle, Fox, Mayer, los Warner– se convertirían en algo

³⁵Howe, "What To Do with The Motion Picture Show", p. 414.

³⁶ W. Stephen Bush, "The Single Reel: II", *MPW*, 4 de julio, 1914, p. 36.

casi tan famoso como las estrellas que promocionaban. Pero incluso como operadores anónimos del nickelodeon, orientaron la industria en la dirección en la que habría de permanecer sin cambios durante otra generación.

Retrato de un estudio pionero.

La compañía Vitagraph de América

De todos los primeros estudios, la compañía Vitagraph era la más exitosa y duradera, y jugaba un papel importante en la industria desde el momento de su fundación en 1900 y hasta 1925, momento en que fue adquirida por los hermanos Warner.

Los orígenes de Vitagraph, como los del Mutoscope americano, estaban basados en el Kinetoscope de Edison. Cuando dos jóvenes caballeros ingleses, Albert E. Smith y J. Stuart Blackton, vieron las primeras demostraciones de Kinetoscope en Nueva York en 1895 eran compañeros en un equipo llamado la International Novelty Company. Smith representaba juegos de manos y Blackton hacía dibujos en un caballete. Esta actuación no dejaba prendado al público exactamente, y los dos vieron en la máquina de la mirilla el potencial para mejorar sus anémicas rutinas. El truco, por supuesto, era desarrollar un modo de proyectar una imagen en una pantalla. Smith, que tenía mano para la mecánica, se puso manos a la obra y, alrededor de 1896, había desarrollado un artilugio que llamó el Vitagraph.

La máquina de Smith contenía una abertura enmarcada que podía ajustarse mientras la máquina estaba funcionando, para corregir el alineamiento de la película; un invento ingenioso que sería copiado por la mayoría de los proyectores posteriores. En 1898, mejoró el Vitagraph añadiéndole un dispositivo que eliminaba el parpadeo de la pantalla. Con un buen alineamiento y sin parpadeo, el ingenioso Smith había eliminado dos serios problemas de proyección que exasperaban a las primeras audiencias y al inventor.

De acuerdo con Smith, el Vitagraph hizo su debut en el teatro New Fourteenth Street Theatre de Tony Pastor en Nueva York el veintitrés de marzo de 1896.³⁷ Su contrato con Pastor era de dos nuevas películas cada semana, seleccionadas entre los temas del Kinetoscope. De cualquier manera, pronto se hizo claro que había demasiado pocos temas en el Kinetoscope para llenar la cartelera, así que Smith y Blackton decidieron hacer sus propias películas. De vuelta al tablero de dibujo, Smith se puso a construir una cámara, tarea que llevó a cabo en cuatro semanas. Su cámara estaba basada en los principios de Edison pero era mucho más pequeña.³⁸

El siguiente paso era encontrar un estudio. Por diez dólares al mes, alquilaron una oficina de una habitación en el piso superior del edificio Morse en el 140 de Nassau Street, Nueva York. La oficina estaba convenientemente situada bajo el tejado del edificio, que no se usaba para nada más y que fue donde rodaron su primera película titulada *The Burglar on The Roof*; Blackton era el ladrón y Smith operaba la cámara. Smith y Blackton salieron del paso principalmente con ingenuidad y trabajo duro durante aquellos tempranos años, especializándose en eventos militares como el hundimiento del Maine en Havana Harbor, el asalto de Teddy Roosevelt a la colina de San Juan, la batalla de Santiago Bay, y la Guerra de los Boer. Cuando Smith no podía conseguir noticias reales para hacer las películas, simplemente se las inventaban en el tejado del estudio. William T. Rock, un empresario del cine de Luisiana de cincuenta años, se unió al equipo en 1899 como su representante. Al año siguiente, cada uno de los tres puso dos mil dólares para capitalizar la Vitagraph Company of America. Rock fue nombrado presidente, puesto que mantuvo hasta su muerte en 1916.

Al comienzo, las actividades de la compañía no estaban muy delineadas. Smith y Blackton todavía representaban sus espectáculos en Liceos, aunque su principal fuente de ingresos era organizar paquetes de proyección para los locales de vaudeville. Por cincuenta o setenta y cinco dólares a la semana, proporcionaban un proyector, un hombre que lo manejaba, una pantalla y una película. Después de 1900, de todas formas, decidieron

³⁷ Albert E. Smith y Phil A. Koury, *Two Reels and a Crank* (Garden City, N.Y., 1952), p. 38.

³⁸ [ibid. , p. 40].

dedicarse a tiempo completo a la producción de películas. La pérdida del vaudeville fue la ganancia de la industria del cine.

Se trasladaron al 116 de Nassau Street, un edificio que ofrecía un tejado más amplio. Allí construyeron su primer escenario. En 1903, estas dependencias se les habían quedado pequeñas, y se mudaron a los "yermos de Flatbush", donde construyeron el primero de varios estudios con la parte superior de cristal. Fue en este punto cuando el Vitagraph perdió toda traza de amateurismo, sistematizó sus actividades de producción y llegó a ser una fuerza importante en la industria. Blackton y Smith ya no actuaban en sus propias películas. Ya no había secretarías ni miembros de la familia colocados ante las cámaras para actuaciones no ensayadas. Smith y Blackton se convirtieron en productores, contrataron directores, actores y otros profesionales para realizar actividades especializadas de una manera profesional. Alrededor de 1908, Vitagraph producía ocho películas a la semana, normalmente de una o dos bobinas rodadas con el stock de actores de la compañía, unos cuatrocientos.

Entre las muchas estrellas de Vitagraph en sus veinticinco años de historia estaban Florence Turner, Rudolph Valentino, Anita Stewart, John Bunny, Corrine Griffith, Clara Kimball Young y Maurice Costello. Pero la más ilustre fue la glamurosa e inmensamente popular Norma Talmadge, que encontró el éxito por primera vez en la producción de 1911, *A Tale of Two Cities*. En 1915, cuando dejó Vitagraph por la First National, había aparecido en más de doscientas cincuenta películas para Smith, Blackton y Rock. En el próximo capítulo Norma Talmadge recuerda la manera en que se hacían las cosas en Vitagraph durante su breve pero prolífica estancia allí.