



# ENTRE EL CINE METRO Y DOS DESTINOS: CINE Y CULTURA CINEMATOGRÁFICA EN URUGUAY, 1936-1937

POR Nicolás Poppe

**Between the Cine Metro and *Dos destinos*: Film and Film Culture in Uruguay, 1936-1937**

## Resumen

En la historiografía cinematográfica uruguaya existe un conjunto de tópicos que forma una especie de sentido común crítico. Entre los lugares comunes más repetidos es la idea que el Uruguay carece (prácticamente) de un cine nacional, pero ha tenido durante generaciones una cultura cinematográfica vibrante y perceptiva. A mediados de los 1930, su incipiente industria cinematográfica produjo su primera película sonora mientras se desarrollaban debates en persona, en la radio y en las páginas de periódicos y revistas de cine sobre las últimas películas. Entre la inauguración del Cine Metro y el estreno de *Dos destinos* (dir. Juan Etchebehere, 1937), dos eventos claves en la historia del cine en Uruguay y los dos estudios de caso de este artículo, los espectadores en Montevideo entraron en contacto con una variedad de experiencias de qué las películas podrían hacer posible. Me detengo en este artículo en aspectos como visiones cosmopolitas, populismos culturales y tensiones dentro del sector de exhibición sin reducirlos para sostener que la yuxtaposición de estos eventos brinda ideas específicas sobre las dinámicas de la compleja cultura cinematográfica del país entre el 26 de setiembre de 1936 y 27 de julio de 1937.

**Palabras Claves:** cine sonoro temprano, culturas cinematográficas, historia del cine, Uruguay

## Abstract

Within Uruguayan film historiography, there are a number of platitudes that form a kind of critical common sense. Among the most repeated of these truisms is that Uruguay might be (mostly) without a national cinema, but for generations it has had a vibrant, discerning film culture. In the mid-1930s, its fledgling film industry produced its first sound film as discussions over the latest movies raged in person, on the radio, and in the pages of newspapers and film magazines. Between the opening of the Cine Metro and the premiere



of *Dos destinos*, two key events in the history of the cinema in Uruguay and this article's two case studies, spectators in Montevideo were exposed to a range of experiences of what the movies could make possible. Gesturing toward aspects such as cosmopolitan visions, cultural populisms, and tensions within the exhibition sector without reducing them, in this article I argue that the juxtaposition of these events gives specific insights into the dynamics of the country's complex film culture in between September 26, 1936 and July 27, 1937.

**Key Words:** early sound film, film cultures, film history, Uruguay

**A**mediados de la década de 1930, ocurrieron dos acontecimientos importantes en la historia del cine en el Uruguay: la inauguración del Cine Metro el 26 de setiembre de 1936 y el estreno de *Dos destinos* (dir. Juan Etchebehere) el 27 de julio de 1937.<sup>1</sup> En estos diez meses (o unos trescientos cuatro días) existía en Montevideo una cultura cinematográfica diversa y heterogénea no sólo en términos de los films en la cartelera, sino también en las distintas maneras en que se consumía el cine. Los espectadores iban al cine para ver películas recientes (y, a veces, no tan recientes, según quejas en la prensa) de Argentina, Europa (Alemania, Francia, Inglaterra e Italia) y, más que nada, Hollywood. Los montevideanos—aproximadamente un tercio de la población nacional de la época—establecían tendencias del consumo de cine que luego llegaban a otras regiones del país. Y, según medios locales y extranjeros, había mucha demanda por el cine y todo lo que giraba a su alrededor. En su primer número, *Cine Radio Actualidad* proclamó “Para todos aquellos que gustan del espectáculo cinematográfico, 1936 promete ser uno de estos años que dejan el bolsillo exhausto, pero el ánimo satisfecho” (“Perspectivas” 4).<sup>2</sup> Para la revista norteamericana *Motion Picture Herald*, meses después, el corresponsal Paul Bodo llegó a la conclusión de que “Desde el punto de vista de la taquilla, la temporada cinematográfica en Uruguay es la más satisfactoria en años. Hay aumento considerable de concurrencia a las salas con señales positivas de que la preferencia para entretenimiento cinematográfico es permanente” (98) debido en gran parte a los bajos costos de operación. Como señalaban las páginas de estas revistas especializadas, el cine (o, tal vez, mejor dicho—la experiencia cinematográfica) se extendía mucho más allá de las salas. Cada vez más, el cine se difundía en otros medios de comunicación masivos y formas de entretenimiento popular como la prensa (nacional e internacional), los espectáculos teatrales y los programas radiales. La ubicuidad intermedial del cine formaba parte de la vida cotidiana en aquellos años.

Extendiendo el trabajo de importantes críticos, la historiografía cinematográfica uruguaya reconoce la compleja relación entre la producción y la exhibición desde los inicios del nuevo medio. En 1968, Manuel Martínez Carril afirmó que “Uruguay no tiene cine, aunque tiene una fuerte cultura cinematográfica asentada en la difusión del cine de calidad y de las páginas de

1. Agradezco mucho el apoyo brindado por Guillermina Martin Doil del Centro de Documentación de la Cinemateca Uruguaya y Sorina Johnston en la investigación de este proyecto.

2. A pesar de que la publicación tuvo distintos títulos en esta época (ejs. *Cine Actualidad* y *Cine Actualidad Radio Teatro*), en este artículo me referiré a la revista como *Cine Radio Actualidad* en aras de claridad.



crítica a partir de 1952" (citado en Amieva y Silveira, 15). Álvaro Sanjurjo Toucon no sólo sostuvo esta idea recurrente, sino que la amplió más tarde en 1994:

La exhibición cinematográfica y la realización de films tuvieron lugar en el Uruguay muy poco tiempo después de la célebre primera función pública del Cinematógrafo Lumière, ocurrida en París el 28 de diciembre de 1895. El consumo de films extranjeros, hábito de inmediato arraigo en nuestro medio, dio paso al negocio de la exhibición y distribución de películas que con numerosas variantes continúa hasta hoy día. Mientras que la realización cinematográfica, si bien tuvo cierta continuidad, no permitió el afinamiento de una industria. De ahí que existan films uruguayos pero no pueda hablarse de un cine uruguayo.<sup>3</sup> (*Tiempo de imágenes*, 7).

Las historiografías de los cines latinoamericanos tienden a pensar el cine desde la perspectiva de la producción. Lo que distingue la uruguaya no sólo es la escasez de producción —algo que llevaría al país compartir la categoría de "cinematografía vegetiva" (24) en una perspectiva comparatista con países caribeños (menos Cuba) y centroamericanos, asimismo Bolivia, Ecuador y Paraguay, según Paulo Antonio Paranaguá— sino también los contornos particulares del acto de ir al cine en el país. Paranaguá arguye que "Uruguay representa un mercado altamente diversificado y denso, con una cultura cinematográfica sofisticada" (25). Más recientemente, los principales críticos e investigadores han reconfigurado cómo se estudia el cine en el Uruguay, tomando mucho más en serio distintas prácticas de ir al cine en momentos históricos específicos sin dejar de prestar atención a la producción nacional.

La historia cinematográfica corresponde a imposiciones algo arbitrarias por parte de los investigadores en nuestros intentos de hacer sentido de situaciones enredadas. Aproximaciones alternativas posibilitan nuevas formas de pensar el cine y la cultura cinematográfica, rompiendo con lo que Mariana Amieva Collado y Germán Silveira denominan la «historia endógena» (14) del cine en Uruguay. En términos más amplios, "El estudio de las culturas cinematográficas desafía la historiografía cinematográfica tradicional al ir más allá del estudio de la producción o de un canon de películas, cuyos méritos artísticos, comerciales o críticos están ligados a menudo y de manera inseparable a una estrella o un director, supuestos creadores o autores del cine, y permite entendimientos más completos de la historia del cine en lugares antes olvidados, ignorados o, en el mejor de los casos, poco estudiados" (Poppe, 133). Pensar las culturas cinematográficas obliga a nuevas miradas, nuevas cartografías y nuevas formas de abordar los cines latinoamericanos.

3. En el mismo año, Mariana Mactas propone algo similar en la revista argentina *El Amante. Cine*, aunque con una mirada hacia el futuro (el video): "El Uruguay está habitado por tres millones de críticos de cine. Ellos lo reconocen, y hasta lo proclaman. También dicen, no sin razón: 'La Cinemateca Uruguaya es una de las más prestigiosas en el mundo' y 'Bergman era un éxito aquí antes que en Europa'. La cinefilia local es una fuente de orgullo comparable a la laicidad y el espíritu democrático. Paradojas terciermundistas: Uruguay no tiene cine. Mejor dicho, no tenía" (31). Mactas tenía razón—cambios tecnológicos (del video a los digitales) harían posible la emergencia de un cine nacional uruguayo (relativamente) sostenible.



Destacados tanto en su momento histórico como en la historiografía cinematográfica, aunque no siempre de la misma manera, el Cine Metro y *Dos destinos* facilitan nuevas maneras de considerar el cine en el Uruguay en un período específico. Para aproximarme a esta cultura cinematográfica, me detengo en el análisis de la prensa debido al “rol central que ha tenido el discurso periodístico para investigar y entender la historia de nuestras culturas cinematográficas” (Kelly Hopfenblatt y Poppe 21). Mientras la inauguración del Cine Metro es interpretada como una manera más moderna de ir al cine importado de Estados Unidos, *Dos destinos* —el primer largometraje sonoro uruguayo— es representado como mera improvisación del peor cine argentino. En vez de examinarlos como textos —arquitectónico o fílmico— me propongo abordarlos como eventos históricos. Pensar en conjunto las tensiones producidas por estos dos acontecimientos nos ayuda a mejor entender no solo el trasfondo del cine en Montevideo en la época, sino también aspectos de las complejas relaciones entre los sectores de la industria cinematográfica. Aparentemente arrastrados por fuerzas de oposición —exhibición y producción, Hollywood (pero, en realidad, Nueva York) y Buenos Aires— la inauguración del Cine Metro y el estreno de *Dos destinos* recalcan la importancia de los enredos entre la distribución y la exhibición. Asimismo, apelan a ciertas expectativas de compartir modernidades cosmopolitas, a veces explícitas y otras implícitas. Ambos sectores de la industria cinematográfica uruguaya estaban todavía dominados por Bernardo Glücksmann a mediados de los 1930s y eran casi invisibles en los artículos periodísticos referidos a ambos acontecimientos. La base de este artículo es este control ejercido por la empresa Glücksmann que, si bien aflojaría poco después, influyó en los dos acontecimientos y sus repercusiones en el cine y la cultura cinematográfica del Uruguay.

## El Cine Metro, el espectáculo del escaparate

“El miércoles pasado se cumplieron 48 años del día en que las puertas del cine Metro se abrieron por primera vez por el público montevideano, inaugurándose de esa manera una sala que marcaría todo un sendero de progreso para la cinematografía del Uruguay”, recordó un artículo conmemorativo de la edición sabatina de *El Diario* del 29 de setiembre de 1984. Semejante a muchos otros artículos publicados a través de los años en varios periódicos, esta nota hizo traía a la memoria no sólo datos históricos sobre la sala, sino el recuerdo colectivo de lo que llegaría a significar el Cine Metro para los espectadores en Montevideo en distintos momentos y contextos. Con títulos como “El León Entra en la Ciudad”, “El espectáculo continúa”, “Una sala legendaria cumple años” y “Setenta y ocho años atrás, la MGM imponía su estilo al espectáculo cinematográfico en nuestro país”, estos artículos —escritos tanto por reporteros anónimos como especialistas del cine, quienes muchas veces se referían a versiones anteriores de la conmemoración— evocan tiempos de cine, tiempos de vida que ya existían más en la nostalgia del recuerdo popular que en la cotidianeidad.<sup>4</sup>

4. Los artículos se encuentran, entre otros recortes periodísticos, en la carpeta “Cine Metro” en el Centro de Documentación de la Cinemateca Uruguaya. “El León Entra en la Ciudad” (1974). *El País de los domingos*, 29 de setiembre (s.p.). Jellinek, Jorge (1991). “El espectáculo continúa”. *Últimas noticias*, 27



Lo que perdura —en gran parte porque hay un edificio físico que sigue existiendo como teatro hasta el día de hoy— son recuerdos de ir al cine. El Cine Metro sin duda marca un momento importante en la exhibición cinematográfica en Uruguay. Más allá de su propia y peculiar aportación, impulsó la construcción de otras salas como el Radio City de la Cinematográfica Glücks-mann, anunciada apenas días antes de la inauguración del Cine Metro. La sala representó mucho más que un palacio de cine, moderno y climatizado, en el que los espectadores podían ver por primera vez en exclusiva las producciones de uno de los *Majors*, uno de los estudios más grandes de Hollywood. Para aproximarme al significado del Cine Metro en la cultura cinematográfica uruguaya de mediados de los 1930s, me detengo en cómo fue presentado en la prensa cinematográfica global y local, tanto desde las expectativas en los meses previos como en los diferentes tonos (de celebratorio a tibio) alrededor de su inauguración. De maneras visibles e invisibles, el Cine Metro llegaría a impactar de forma imborrable en lo que significaba ir al cine en Uruguay.

La construcción del Cine Metro en Montevideo surgió de una estrategia global de la productora y distribuidora Metro-Goldwyn-Mayer y su cadena de exhibición cinematográfica Loew's. Inspirado por recientes experiencias en Chicago y el éxito de sus salas en el extranjero en las ciudades australianas de Brisbane, Melbourne y Sydney y la sudafricana Johannesburg, Loew's armó un plan global de expansión. El 20 de marzo de 1935, el *Motion Picture Daily* publicó “Loew lanza programa de salas para cubrir el globo”. Arthur Loew, según el artículo, proclamó “No hay límite al número de salas que construiremos [...], pero entraremos a cada ciudad del mundo donde hay una combinación de reservas (*booking combination*)” (1). Harry Moskowitz, quien diseñaría la sala con ayuda local del arquitecto e ingeniero Francisco Lasala, ya había comenzado a trabajar en salas en las ciudades japonesas de Osaka y Tokio y dos en Sudamérica, en Lima y Santiago de Chile. Meses después, *Motion Picture Daily* publicó más detalles sobre el desarrollo del plan en “Más salas para MGM en mercados extranjeros clave (*Foreign Keys*)”.<sup>5</sup> “Determinado a establecer sus propias vidrieras extranjeras (*overseas show windows*) donde la empresa considera su actual representación insuficiente, M-G-M está desarrollando planes para la construcción de cinco nuevas salas en igual número de ciudades extranjeras” (1). Junto a la recién construida en Calcuta, la empresa determinó abrir salas en Lima y Santiago (antes mencionadas) y Rio de Janeiro y Montevideo.

Las estrategias impuestas por Metro en el Uruguay se vieron influenciadas por experiencias previas, como el fracaso que habían tenido una década antes en Brasil. En aquel entonces, Metro trató de imponer una estrategia de exclusividad con exhibidores independientes, pero debido a una variedad de errores no logró captar suficiente participación en el mercado. Ross Melnick, en su libro *Hollywood's Embassies: How Movie Theaters Projected American Power Around the World*, explica,

---

de setiembre (4). Abbondanza, Jorge (J.A.) (1998). “Una sala legendaria cumple años”. *El País*, 26 de setiembre (24). Sanjurjo Toucon, Álvaro (2014). “Setenta y ocho años atrás, la MGM imponía su estilo al espectáculo cinematográfico en nuestro país”. *Crónicas*, 19 de setiembre (27).

5. Rumores sobre la posible sala en Montevideo circulaban antes [ej. “Liberty of Argentine Expands” (1935). *The Film Daily*, 29 de julio (2)].



La dolorosa lección que MGM aprendió en Brasil, de priorizar el control total de sus salas de cine en lugar de asociaciones con exhibidores locales, definiría sus estrategias de exhibición en América Latina para el próximo siglo y, de hecho, consolidaría la estrategia global de la compañía para poseer o operar cines de vidriera (*shop window*) frente a la posesión o gestión de cadenas de cine locales (147-148).<sup>6</sup>

Las salas de Metro, por consiguiente, tenían que ser de las mejores en cada mercado. Refiriéndose a las tres salas cariocas (Metro- Copacabana, Metro-Passeio y Metro-Tijuca), João Luiz Vieira y Margareth C.S. Pereira notan “En todos los niveles, la Metro buscó definir junto al público una forma específica de consumir films identificada con su propia marca” (59). En vez de tener que enfrentarse a las dificultades cotidianas de gestionar una cadena de salas desde lejos, el modelo de la vidriera posibilitó la exhibición de películas de Metro en sus mejores condiciones —no sólo proyección de primera categoría con el mejor sonido posible, sino también acceso a la mejor copia del film— sin generar demasiado antagonismo en el mercado local.

El Metro montevideano, por ende, fue sólo una vidriera, un esfuerzo por Loew's de obtener una sala de estreno para sus películas en un mercado muy cerrado. Operar como un verdadero competidor habría irritado a Glücksmann y habría cortado a MGM su negocio de distribución, lo cual era mucho más lucrativo para la empresa que la explotación de una sola sala de vidriera (Melnick 158).

Puede ser que la mayoría de la expectativa local frente a la inauguración del Cine Metro se haya perdido en el tiempo, no sólo por la transitoriedad de las noticias de boca en boca y el chisme, sino también por la fugacidad de la radio. Sin embargo, es posible notar algunos aspectos de suma importancia en diarios y revistas de la época. Casi seis meses antes, en “una sensacional primicia” *Cine Radio Actualidad* informó: “el ‘Cine Metro’, lujosísima y moderna sala que la ‘Metro-Goldwyn-Mayer’ hace construir a todo vapor, para inaugurarla probablemente en Julio y se tiene la intención de dar a conocer ‘El motín del Bounty’, la película premiada por la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood como el mejor ‘film’ de 1935” (“Inauguración del ‘Cine Metro’” 14). El Cine Metro no sólo se inauguraría, según *Cine Radio Actualidad*, sino también Clark Gable asistiría en persona al estreno local de una película de lujo —*Mutiny on the Bounty* (dir. Frank Lloyd, 1935) —, que había sido un éxito crítico y el mayor *blockbuster* en Estados Unidos el año anterior.<sup>7</sup> Debajo de las noticias del evento espectacular,

6. Véanse el siguiente capítulo de *Hollywood's Embassies* de Melnick: “Cine Metros y Cine Paramounts, 1926-1941: MGM and Paramount's Latin American Shop Window Cinemas” (147-159).

7. Clark Gable no viajaría al Uruguay en 1936. Ya había viajado previamente a México, Ecuador, Perú, Chile y Argentina aquel verano. Martínez, Lorenzo (1936). “Clark Gable y su viaje por América”. *Cinelan-dia*, marzo (21, 47-49). Al fin del año, *Cine Radio Actualidad* publicaría un texto interesante del poeta y escritor argentino Nicolás Olivari sobre el actor. Olivari, Nicolás (1936). “El Valentino Troglodita: Clark Gable”. *Cine Radio Actualidad*, 18 de diciembre (20-21).



el cual llegaría a ser bastante diferente a fines de setiembre de aquel año, se publicó un dibujo del edificio. En el mismo número, el segundo de la revista, el artículo “Nuevas salas” observaba “El exhibidor montevideano está atento. La población crece. Montevideo va delineando su característica netamente metropolitana. Se cree en la convivencia de obsequiar a la ciudad con nuevas salas” (10). 1936 fue el año de “una nueva multiplicación” de salas que incluye el Mogador, el Ambassador, el Capitol, el Astor y, curiosamente, la “aún innominada” sala de Metro-Goldwyn-Mayer, pero el artículo explica que “Las proyecciones son grandes. También lo son las de las pantallas de ciertos cines de estreno. En cambio sus imágenes, por la pequeña deformación necesaria, se reproducen generalmente en forma borrosa. La seguridad del éxito también lo es”. El Cine Metro superaría las deficiencias técnicas (copias deterioradas de las cintas, proyectores anticuados, etc.) de otras salas para ofrecerle otra experiencia sensorial al espectador. La sala cinematográfica es mucho más que un espacio en un edificio, es el entorno en que se escapa de la vida cotidiana. No sorprende, por lo tanto, que *Cine Radio Actualidad*, una revista especializada cuyo primer editorial arguyó “Han terminado los espectadores de nuestros cines por no saber qué ir a ver, y cuando hay una película por encima del nivel corriente, cómo verla” (“Las palabras obligadas” 1), estaba más preocupada con el espectáculo, las películas de la productora, que la construcción de la sala. A fines de mayo, informaban que “A principios de marzo suspendió sus estrenos entre nosotros la ‘Metro - Goldwyn - Mayer’, a la espera de que pudiera inaugurarse su gran sala, cuya construcción marcha a todo vapor, con tres turnos de obreros ocupados las veinticuatro horas del día en darle término”. Los espectadores uruguayos tendrían que esperar bastante más tiempo para ver una nueva película de la MGM.

En el momento en que se anunció la inauguración del Cine Metro, las páginas de los diarios montevideanos estaban repletas de noticias sobre el cine de Hollywood como el estreno de *El bosque petrificado* (*The Petrified Forest*, dir. Archie Mayo, 1936) con Leslie Howard, Bette Davis y, aunque no figurara en los anuncios, Humphrey Bogart; películas europeas como *El amante vagabundo* (versión en inglés *The Beloved Vagabond*, versión en francés *Le vagabond bien aime*, dir. Curtis Bernhardt, 1936), un vehículo del astro francés Maurice Chevalier; y films argentinos como *Radio Bar* (dir. Manuel Romero, 1936), una producción de Asociación Industrial Argentina que fue distribuida por la Paramount, y *Ayúdame a vivir* (dir. Manuel Ferreyra, 1936), la primera de una trilogía taquillera que reencaminó la carrera de Libertad Lamarque.<sup>8</sup> La radio ocupó un lugar destacado en la cobertura de las películas argentinas, o en cuanto al elenco en su totalidad o la estrella en el caso de Lamarque, la “Reina de la Canción Criolla” en “Un gran éxito del cine rioplatense”, según un anuncio (Anuncio *Ayúdame a vivir* 11). La inauguración del Cine

8. Las películas *The Beloved Vagabond* y *Le vagabond bien aime* fueron producidas en los estudios Ealing en Londres en formato multilingüe en francés e inglés. Al otro lado del Río de la Plata, *Heraldo del Cinematógrafo* reseñó las dos versiones. Es posible que las dos se presentaran en Uruguay, pero el film de Chevalier fue presentado como francés en los diarios montevideanos. *Radio Bar* fue la única película producida por Asociación Industrial Argentina. Junto a las otras películas de la trilogía, *Besos brujos* (dir. Ferreyra, 1937) y *La ley que olvidaron* (dir. Ferreyra, 1938), *Ayúdame a vivir* fue una producción de la SIDE (Sociedad Impresora de Discos Eletrofónicos).



Metro con el estreno de *Melodía de Broadway* 1936 fue anunciada en los diarios el 15 de setiembre de 1936. *La Mañana* afirmó que “promete ser uno de los más importantes acontecimientos sociales y cinematográficos del año” (“Dentro de pocos días” 8) y *El País* replicó que “constituirá un acontecimiento social y artístico de resonancia” (“El Cine Metro se inaugurará” 10).

En los siguientes días, los diarios publicaron tantas notas con detalles de la sala —“Para ello se trabaja día y noche con cientos de obreros, electricistas, técnicos, etc. bajo las órdenes de sus respectivos jefes especialistas en esta clase de construcciones” (“‘Melodía de Broadway 1936’ inaugurará” 8)— que llegaron a la conclusión que “Y no queremos seguir detallando las pequeñeces, que el público irá notando por sí mismo, porque entonces nos haríamos pesados y quitaríamos el carácter de novedad a las muchas que el Cine Metro brindará al público montevideano” (“El sábado próximo” 6). Dada la cobertura, no resulta sorprendente que se publicaran muchos anuncios sobre el estreno de *Melodía de Broadway* 1936 y la inauguración del Cine Metro. Junto a detalles de las funciones se anunciaba que “Esta película no será exhibida en Montevideo hasta después de 90 días de abandonar el Cine Metro” (Anuncio Cine Metro 13). Mientras el día se acercaba, los reportajes se centraron más en el film: “Una gran revista es ‘La melodía de Broadway 1936’” decía el titular de un artículo publicado dos días antes del estreno, mientras otro del día después describía, “Desde las primeras imágenes, las primeras danzas, las primeras canciones, hasta el espléndido final, es una verdadera fiesta para los sentidos” (“Mañana será inaugurado” 12). La revista *Mundo Uruguayo* sigue el modelo de los diarios en el artículo “‘La Melodía de Broadway 1936’ en el Cine Metro”. Por fin llegó el 26 de setiembre, el día de la inauguración del Cine Metro. Recordando al formato de “Constituirá un bello acontecimiento la inauguración, el Sábado, del Metro”, sobre todo en términos visuales, un artículo que salió días antes, *La Mañana* repitió algunos detalles que ya publicaron (“Se efectúa” 8). Junto a anuncios y fotografías del interior y exterior de la nueva sala, *El País* publicó muchos detalles sobre los visitantes, la construcción, el local, el equipo y el personal. Los dos diarios también publicaron programas radiales con títulos como “Películas sonoras” e “Informativo local y telegráfico” del C x 14, Radio El Espectador (“El programa ratificado” 2), posibles estelas de la presencia del acontecimiento en la radio.

La inauguración del Cine Metro no llegó al nivel del espectáculo hollywoodiense prometido en las páginas de *Cine Radio Actualidad* —la estrella más importante de la empresa presente aquella noche no fue Clark Gable sino Samuel Burger, representante general de M-G-M en el extranjero— y tampoco recibió la atención en esta revista (ni en otros periódicos) como las inauguraciones de salas de otras empresas. Por ejemplo, el Mogador de la Cinematografía Delmaur y el Radio City de la Cinematográfica Glücksmann fueron destacados en ensayos fotográficos (“Inauguración del Mogador” 14-15 y “Inauguración del ‘Radio City’” 28-29). Las referencias en *Cine Radio Actualidad* no llegaron a ser más que indirectas. El día después, las reacciones en los diarios *La Mañana* y *El País* fueron halagadoras, pero algo vacías. Poco de la experiencia de los espectadores es evidente en la crónica “Fue gratísima la velada inaugural del Cine Metro” en *La Mañana* más allá de la observación de que fue “recibida con frecuentes demostraciones de aprobación” (8). La de *El País* dice



Con extraordinaria aceptación, por parte del público, ha sido recibida la gran sala inaugurada el sábado por la Metro - Goldwyn - Mayer, dándose el caso que desde su primera función, el Cine Metro ha sido totalmente llenado, hasta la última butaca de las 2.000 de que está dotado Sala lujosa, de aspecto moderno, adecuada a la fisonomía, tanto en sus líneas arquitectónicas como en sus decorados y sus comodidades los gustos de los públicos más distinguidos de las grandes metrópolis, se justifica este apoyo decidido que la ha prestado el público monevideano [sic]

En su cobertura de la inauguración del Cine Metro, los dos diarios se centraron mucho más en *Melodía de Broadway* 1936 que en la sala (en contraste con el artículo que Paul Bodo publicaría en *Motion Picture Daily* a mediados de octubre). La experiencia de ir al cine aquella noche de setiembre no llegó a las páginas de forma detallada, pero es evidente que la estrategia de la sala vidriera puso al film en el imaginario colectivo.

Un ejemplo de las referencias indirectas sobre la inauguración del Cine Metro en las páginas de *Cine Radio Actualidad* es la editorial “El cine crece y crece”. Publicada el 2 de octubre, dice, “Es que el cine crece y crece, y nadie puede detener ni su impulso, ni su nuevo espíritu artístico, ni sus mejoras técnicas, cosas que insensiblemente contribuirán a ir refinando, sin duda alguna, la sensibilidad de las masas” (1). Sin desequilibrar demasiado el mercado de distribución de películas en el Uruguay, quizás la razón por la cual recibió una recepción algo tibia en la prensa, el Cine Metro adelantó los intereses de la M-G-M. En comparación con otros mercados, la M-G-M no provocó a otros intereses como la Cinematográfica Glücksmann. Promocionó productos de la empresa [largometrajes, pero también avances, cortos, dibujos animados, conciertos (de su propia orquesta) documentales, noticiarios, etc.], impulsó el deseo cada vez más fuerte de seguir los avances tecnológicos cinematográficos más recientes, sobre todo en términos de exhibición, y fomentó el desarrollo de una cultura cinematográfica popular usando varias estrategias.<sup>9</sup> Según Sanjurjo, lo popular se convirtió en culto: “Hubo espectadores que asistían religiosamente al ‘Metro’ ante cada estreno, sin importar su género ni sus actores (no hablemos de directores que no eran demasiado considerados por el público). Se iba consumir un producto con determinadas características impuestas desde la lejana Hollywood (o bien desde Nueva York, sede de los directorios de los estudios” (*Los programas hablan* 92-94).

## El éxito (olvidado) y el fracaso de *Dos destinos*

En los días después de la inauguración del Cine Metro, circulaban ideas en Montevideo sobre la posibilidad de hacer películas fuera de los grandes centros de la producción cinematográfica y, quizás, en Uruguay. El 28 de setiembre, *El País* publicó “Con escaso gasto puede hacer un ensayo para el cine sonoro” (1936), un artículo que compartió ideas del productor

9. NN: *Motín a bordo*, su concurso, concurso de los recuerdos, Metro Cub Club, y Homero Alsina Thenevet.



independiente Edward Small, quien había trabajado en *El conde de Montecristo* (*The Count of Montecristo*, dir. Rowland V. Lee, 1934) y *El último de los mohicanos* (*The Last of the Mohicans*, dir. George Seitz, 1936) entre otras películas. Small presagió transformaciones que llegarían años después en los cines independientes a proponer el uso de 16mm en ensayos cinematográficos. “La adopción de este nuevo género de ensayo cinematográfico permitirá a cualquier estudio enviar representantes en busca de nuevos artistas a cualquier parte del mundo, si es menester, manteniendo así un constante surtido de talento histriónico fluyendo al estudio a un costo limitadísimo” (10). El 9 de octubre, apareció publicado “Sobre un posible cine uruguayo” en *Cine Radio Actualidad*. Más allá de rumores sobre la posible iniciativa, impulsada por figuras extranjeras y nacionales, la editorial revela inquietudes sobre cómo podría ser el cine producido en Uruguay. “En los últimos tiempos, inspiradas sin duda alguna en el auge a que ha venido llegando desde el punto de vista industrial, la producción cinematográfica argentina, han venido circulando las más diversas especies sobre la posibilidad de que se cree en Montevideo una empresa para la filmación de películas” (1). Entre otras tensiones en la editorial es la del comercio y el arte, así que era probable que este posible cine uruguayo tendría los “defectos inevitables en toda experimentación”. Escépticos en gran parte por su mirada sobre el cine argentino, cuyas imperfecciones cinematográficas y comercialismo popular rechazaban, críticos de *Cine Radio Actualidad* como René Arturo Despouey y Emilio Dominoni Font preferían (según sus propios criterios) Hollywood y los cines de europeos, algo que se nota en la editorial “La nueva temporada” del 5 de marzo de 1937.<sup>10</sup> En estas palabras dedicadas a la posible exhibición local, no se hacen menciones al posible estreno del primer largometraje sonoro uruguayo, *Dos destinos*.

Semejante a otros proyectos cinematográficos de la época, algunos de los cuales se realizaron eventualmente como la creación de los estudios de la empresa Cineson y otros que quedaron como meros sueños, *Dos destinos* fue el objeto de especulación en la prensa mucho antes de llegar a cines. La reconstrucción completa de esta conjetura es imposible, pero es útil esbozarla para poder entender cómo fueron las condiciones de su recepción inicial. Junto a noticias del Cine Metro (se exhibirían películas de la 20th Century Fox) y Estudio Auditorio (alquilado el año anterior por Gaumont British para operar como sala independiente) el corresponsal de *Motion Picture Daily*, Paul Bodo, compartió el 25 de enero de 1937 los datos más imprescindibles: “Ciclolux, nueva productora aquí, ha comenzado a rodar el primer largometraje nativo, ‘Dos destinos’ (‘Two Destinies’), con Juan Echebehere como director. El elenco es compuesto en mayor parte por intérpretes argentinos. El film es destinado al mercado local” (11). Tras rumores ocasionales en los siguientes meses, *Cine Radio Actualidad* publicó algo más concreto cuando el cinematógrafo argentino Carmelo Santiago visitó Montevideo. En el programa radial “Cine Síntesis”, Santiago compartió el micrófono con un representante del Ciclolux, quien reveló que “dentro de pocos días exhibirá ‘Dos Destinos’” (“Carmelo Santiago trabaja” 76). El fracaso de este preestreno —“no fue muy bien recibido por la crítica”, según el *Motion*

10. En las páginas de *Cine Radio Actualidad*, es evidente el desdén por la producción regional frente a los cánones establecidos por la producción de las cinematografías ya establecidas.



*Picture Herald*, “Pero se espera que el hecho de que sea la primera película nativa le garantice excelentes negocios, especialmente en el interior” (“Argentine Films Top” 4)— no disminuyó el interés en el film.<sup>11</sup> *Cine Radio Actualidad* publicó varias respuestas a preguntas de lectores en el “Consultorio cinematográfico”. Por ejemplo,

Viking. —Tiene usted razón, el cine uruguayo no debería caer en la serie de obstáculos que se le presentan. Nosotros haremos lo que sea oportuno en ese sentido. Habrá que esperar ‘Dos destinos’ y sus sucesoras para tener elementos de juicio. Haremos lo posible, dentro lo prudente y lo necesario. Agradecidos por su estimable colaboración (2).

En los periódicos de la época, también aparecieron distintas formas de publicidad de referencias a apariencias en la radio (ej. la reconstrucción de escenas de la película, “Una ‘premiere’ de Manzi”) y, un poco más tarde, anuncios. El publicado en *El País* el 24 de julio proclamó “Contribuya al engrandecimiento de la industria cinematográfica uruguaya, concurriendo a los cines donde se exhiba ‘Dos destinos’ primer film nacional” y, algo contradictorio, “Sólo con el apoyo del público, será posible, en un futuro no lejano, la realización de mejores producciones” (10).

A veces yuxtapuestas con anuncios de vino (publicados a menudo en las páginas de espectáculos con *slogans* como “Consuma vinos del Uruguay” y “Beba los vinos del Uruguay”), las primeras notas periodísticas en anticipación al estreno de *Dos destinos* reflejan este lenguaje publicitario, apelando al gusto nacional(ista). “‘Dos destinos’ irá el martes próximo en Mogador y Azul”, un artículo de *El País* del 24 de julio dice, “Este ensayo realizado por los directores de la Ciclolux, seguramente será apoyado por nuestro público. Será ésta la manera más eficaz de contribuir al engrandecimiento y desarrollo de la industria en ortográfica nacional” y “El tema de este film, se desarrolla en hermosos exteriores naturales que muestran los más variados y hermosos panoramas de nuestra campaña” (10).<sup>12</sup> Este lenguaje se desarrolló más en las páginas de *El País* unos días después. Entre “‘Besos brujos’ y ‘La casa de las mil luces’ en el c. Ambasaduro [sic]” y “Hoy se iniciará en el Cine Metro, la segunda etapa del concurso de los recuerdos”, el artículo “‘Dos destinos’ el 1er. film uruguayo estrénase mañana” explica:

desde que se la presentó en la propaganda ha despertado la expectativa del público. Este primer ensayo de película nacional, ha sido realizado con un esfuerzo extraordinario y significa el paso inicial para echar las bases de la industria cinematográfica uruguaya. Tiene un tema local, intérpretes todos conocidos en

11. En la revista especializada argentina *Heraldo del Cinematógrafo*, publicaron una breve nota sobre la película, pero parece que nunca llegó a ninguna sala porteña: “Se estrenó en el Uruguay la primera película firmada en ese país, titulada ‘Dos destinos’”. “En pocas palabras por el editor” (1937), 4 de agosto (107).

12. Reflejando la repetición de cobertura en las páginas de *El País* y *La Mañana*, el siguiente artículo dice exactamente lo mismo: “El martes se estrenará el film nacional ‘Dos destinos’” (1937). *La Mañana*, 25 de julio (8).



nuestro ambiente y presenta en todo su desarrollo aspectos interesantes de Montevideo. Los exteriores, son naturales y están tomados en establecimientos ganaderos y montes de nuestra campaña.

Se notan ecos del lenguaje empleado en otras partes del mundo después de las primeras pruebas con nuevas tecnologías cinematográficas sonoras. El día del estreno, *El País* va aún más allá en “El público espera con interés esta película nacional”:

Este intento de cine nacional, seguramente contará con el apoyo del público. La primera película tendrá, desde luego algunas imperfecciones, pero tiene una noble finalidad, la de establecer en nuestro ambiente, lo que ya todos los países civilizados lograron: crear un cine local, impidiendo que nuestros intereses se vean perjudicados con la constante emigración de capitales nacionales hacia Norteamérica y Europa y mismo hacia otros países sudamericanos, donde la industria cinematográfica existe en firme

Al desplazar la recepción anticipada de *Dos destinos* del medio—el cine y todo con que está relacionado—a la geografía e identidad nacional, se diferencia el producto comercial de otros y se evitan posibles quejas de la falta de calidad del texto cinematográfico. Desde México a la Argentina, se usaba esta estrategia de *marketing* en la promoción de las primeras películas sonoras nacionales (con distintos niveles de éxito). En los diarios y revistas uruguayos, se nota la misma tensión que existía al otro lado del Río de la Plata entre la defensa del cine nacional por cuestiones de identidad y las llamadas que ya era hora de que la industria empezara a hacer buenas películas.<sup>13</sup>

*Dos destinos* se estrenó el 27 de julio de 1937 en el Mogador. Compartiendo el cartel con el film británico *El túnel transatlántico* (*The Tunnel*, dir. Maurice Elvey, 1935), hubo dos funciones, tarde y noche.<sup>14</sup> Otras funciones de *Dos destinos* vendrían después en lugares como el Azul, el Novelty, el Savoy Palace, el Gran Cine Astor, el Círculo Católico y el Astral. Estas salas pertenecían a Cinematográfica Delmaur y otros exhibidores que competían con Cinematográfica Glücksmann, la distribuidora y exhibidora dominante. Ya se perdió en el olvido la experiencia del espectador, de ir al estreno, de compartir con otros el sentimiento de vivir algo nuevo, algo propio. Con el tiempo, la novedad de esta experienciaemergería en las páginas de diferentes periódicos, pero las reseñas de diarios y revistas especializadas no fueron negativas sino brutales. H.A. Rocha criticó severamente al film en su reseña en *El País*:

13. El caso del Uruguay es un poco diferente dada la influencia del cine argentino. Aún antes del estreno de *Tango!* (dir. Moglia Barth, 1933) el 30 de junio de 1933 en Montevideo, unos dos meses después de su *première*, los uruguayos tenían acceso a estos discursos en los medios que llegaban de Buenos Aires.

14. *El túnel transatlántico* se había estrenado mucho antes, apenas días después de la inauguración del Cine Metro. Con respecto a su estreno, la entrada de *El túnel transatlántico* en *Cinestrenos* hace una conexión con otro film nacional: “En el programa se incluía el estreno de LA CIUDAD DE PIEDRA, corto documental uruguayo dirigido según crónicas de la época por las Srtas. de Clavier, con muros, ruinas y aspectos modernos de la ‘histórica ciudad de Colonia’”.



‘Dos destinos’, película que ninguna manera puede considerarse como tal, sino como un mero ensayo, que en el futuro solo se recordará por su ubicación cronológica y no por su significado de pretendido jalón inicial del cine uruguayo, no es más que un desordenado amontonamiento de escenas, diálogos, canciones, simples fotografías, sin relación entre sí, y que únicamente sugieren algo al espectador gracias a una leyenda colocada al principio del film, en la que se explica el argumento.

En *Cine Radio Actualidad*, Despouey retoma algunas de las ideas de Rocha, criticando la pobre realización del film (en todos sus sentidos) y su patriotismo barato, entre otras. Notablemente, su reseña “Acerca de la aventura de ‘Dos destinos’” también hace referencia al lenguaje publicitario que impulsaba a los espectadores que fueran a ver *Dos destinos*. Despouey escribió: “Y en el ridículo—lo comprobaron las estruendosas carcajadas con que el público saludó varios aciertos traumáticos en el curso de estos metros de celuloide impreso exhibidos días pasados—es ‘ posible’ y quizás hasta ‘plausible’, incurrir una sola vez. Pero nada más que una vez” (10). Despouey coincidió con Rocha en su reseña de *Dos destinos*, pero, por lo general, operaban en diferentes contextos críticos. Como señaló en “Las palabras obligadas”, el equipo de *Cine Radio Actualidad* trabajó con más independencia editorial que había en los diarios. Como revista especializada que no contaba por lo general con anunciantes de la industria cinematográfica (cuyo sector más fuerte fue la exhibición), *Cine Radio Actualidad* fue más protegida de las campañas publicitarias a las que se plegaron parte de la prensa. Las fuerzas externas existían, sin duda alguna, pero no se imponían de la misma manera.

A pesar de estas críticas (y, quizás, de ser una película objetivamente mala), *La Mañana* notó que “se va produciendo el éxito más extraordinario de taquilla, que se recuerde de lejana fecha atrás” (8) en “El éxito de la película nacional ‘DOS DESTINOS’”. Más allá de la crítica cinematográfica montevideana, parece que la recepción popular de *Dos destinos* en el resto del país fue mucho más generosa. En *El Faro*, un diario del pueblo Sauce en el Departamento de Canelones, publicaron una reseña apologeta. “La crítica en general—a nuestro entender—ha usado de la mayor severidad al juzgarla, si tenemos en cuenta las dificultades propias de una industria nueva en el medio, sin comodidades suficientes para su desarrollo, que recién está «haciéndose»” (5). Lo importante no es cómo se compara con el cine de la época, sino cómo representa a los propios espectadores que fueron al cine. Continúa:

Hay deficiencias de luz, sonido, dirección, interpretación, etc. Pero... es un film uruguayo y es el primero, y dentro de lo malo hay mucho de bueno, que hace presumir mejores producciones para el futuro, siempre que se cuente con el apoyo y el estímulo nuestro, que aliente a sus productores preservar en la tarea emprendida, hasta alcanzar el fin deseado. Tal es lo que opinamos al respecto. (5)

La reseña no necesariamente refleja las actitudes nacionalistas evidentes en la publicidad de *Dos destinos*—un anuncio publicado en *La Mañana* el 31 de julio dice “Recuerde que



el dinero gastado para ver una película nacional, es dinero que no pasa las fronteras del país” (8)—pero apela a la experiencia común de querer identificarse y verse en la gran pantalla.

*Dos destinos* aparece siempre en las historias del cine uruguayo, pero, paradójicamente, el primer film sonoro uruguayo también es de los más olvidados. Su severa recepción crítica, merecida o no, se recuerda mucho más que su diégesis o su éxito inicial. Fue otro comienzo de lo que Torello describe como la “*Tabula rasa perenne*” (13) del cine uruguayo. Álvaro Lema Mosca, uno de los pocos investigadores que han tomado la película en serio, lo examina dentro del marco de los nacimientos del cine nacional.<sup>15</sup> Si nuevas tecnologías posibilitaron la producción de una película sonora (y otras más de forma esporádica a través de los años) en un país poco poblado, pero cinéfilo, otras más llegarían a facilitar acceso a *Dos destinos* más de medio siglo después de su estreno. El destino historiográfico del film parecía ser el que comenzó con Despouey y Rocha, elaborado luego un poco más por José Carlos Álvarez, Hugo Alfaro, Guillermo Zapiola y varios otros críticos. “*Dos destinos*, de precaria realización y bastante absurdo contenido nos dan la pauta de lo que iba a hacer el cine ‘comercial’ uruguayo, subordinado a la improvisación, a la audacia y al azar. En general el mal ejemplo habría de venir del extranjero, especialmente del peor cine argentino” (Álvarez 23). Descartado por su gusto, y bastante difícil de ver, *Dos destinos* no podía llegar a ser un objeto de estudio serio. En los últimos años, sin embargo, logró tener otro posible destino. Con acceso cada vez más fácil al film, una nueva generación de investigadores ha podido cuestionar preconceptos y analizar tanto el texto fílmico como el contexto cinematográfico, cultural, político y social de *Dos destinos*.

## Cine y cultura cinematográfica entre el Cine Metro y *Dos destinos*

Siguiendo la línea de investigación de Amieva Collado y Silveira, quienes propusieron “Más que buscar establecer nuevas verdades indiscutibles se quiso dejar en claro las fuentes y las herramientas, para plantear nuevos problemas, relativizar ciertas visiones y proponer alternativas” (15-16), me aproximé a dos acontecimientos importantes en el cine y cultura cinematográfica en 1936 y 1937. “La difusión de nuevas tecnologías del cine sonoro ocasionó transformaciones no solo en términos de la producción fílmica, sino también en las culturas cinematográficas latinoamericanas” (Kelly Hopfenblatt y Poppe 31), algo que se nota en el análisis de los diarios y las revistas especializadas uruguayos de la época. Más allá de ser casi las únicas fuentes disponibles para los investigadores de hoy en día, las publicaciones cumplían varios roles, desde la creación de expectativas a ser mediadores a conservar la memoria de lo que era el cine de antaño. En un Montevideo de una rica cultura cinematográfica—no sólo en términos de las ofertas en las carteleras de películas de Alemania, Austria, Argentina, España, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Italia, México, Palestina y, por supuesto, Uruguay, sino también del impacto del cine en las vidas diarias de los espectadores, desde los ocasionales a los cinéfilos más rabiosos—el Cine Metro y *Dos destinos* marcaron momentos importantes en la historia del

15. Véase Lema Mosca (125-130).



cine uruguayo. Extendiéndose antes y después en maneras diferentes, el Cine Metro y *Dos destinos*—una sala y una película cuyas propiedades les hacían inmiscibles en la época—sugieren formas más matizadas de entender las complejas interacciones del mundo cinematográfico en vísperas de cambios más dramáticos. Como planteamos Alejandro Kelly Hopfenblatt y yo, “El desarrollo de las culturas cinematográficas locales es un fenómeno que se basa en una serie de binomios que dan cuenta de su complejidad” (22). A veces estos binomios parecen ser infinitos (arte/negocio, cultura alta/cultura baja, local/global, nación/cosmopolitismo, producción/exhibición, público masivo/público selecto, etc.). El Cine Metro y *Dos destinos* no son, de ninguna manera, los únicos sucesos importantes que recalcan la heterogeneidad de la cultura cinematográfica—en el mismo período también se podrían haber examinado otros semejantes como las actividades del Gaumont British y la inauguración del Radio City y diferentes como la exhibición y recepción de *Ayúdame a vivir* y *Besos brujos*—pero su yuxtaposición posibilita nuevas formas de pensar el cine en el Uruguay de mediados de los 1930. Puede ser que es un tópico ya gastado reconocer la imposibilidad de reconstruir completamente la historia, pero hay que seguir empujando hasta donde se pueda llegar dentro de nuestras condiciones de trabajo.

## Bibliografía

- Amieva Collado, Mariana y. Germán Silveira (2021). “Introducción.” Mariana Amieva Collado y Germán Silveira (editores). *La crítica uruguaya ante el cine nacional (1920-2001)*. Montevideo, Uruguay: Yaugurú.
- Anuncio para *Ayúdame a vivir* (1936). *El País*, 24 de setiembre (11).
- Anuncio para Cine Metro (1936). *El País*, 22 de setiembre (13).
- Anuncio para *Dos destinos* (1937). *El País*, 24 de julio (10).
- Anuncio para *Dos destinos* (1937). *La Mañana*, 31 de julio (8).
- “Argentine Films Top Montevideo’s Market” (1937). *Motion Picture Daily*, 26 de julio (4). Media History Digital Library.
- Bodo, Paul (1936). “M-G-M Opens First Theatre in Uruguay”. *Motion Picture Daily*, 12 de octubre (1, 5). Media History Digital Library.
- (1936). “Top U.S. Films Give New Life to the Theatres of Uruguay”. *Motion Picture Herald*, 8 de agosto de 1936 (98). Media History Digital Library.
- (1937). “New Company Starts First Uruguay Film”. *Motion Picture Daily*, 25 de enero (11). Media History Digital Library.
- “Carmelo Santiago trabaja por el cine uruguayo” (1937). *Cine Radio Actualidad*, 9 de abril (76). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “Cine Metro celebra su 48º aniversario” (1984). *El Diario*. 29 de septiembre (s.p.). Carpeta “Cine Metro” del Centro de Documentación de la Cinemateca Uruguaya.
- “Con escaso gasto puede hacer un ensayo para el cine sonoro” (1936). *El País*, 28 de setiembre (10).
- “Con notable éxito de público ha sido inaugurado el Cine Metro” (1936). *El País*, 28 de setiembre (14).



- “Constituirá un bello acontecimiento la inauguración, el Sábado, del Metro” (1936). *La Mañana*, 23 de setiembre (6).
- “Consultorio cinematográfico” (1937). *Cine Radio Actualidad*, 11 de junio (2). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “Dentro de pocos días, se inaugura el Cine Metro” (1936). *La Mañana*, 15 de setiembre (8).
- Despouey, René Arturo (1937). “Acerca de la aventura de ‘Dos destinos’”. *Cine Radio Actualidad*, 30 de julio (10-11). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “‘Dos destinos’ el 1er. film uruguayo estrénase mañana” (1937). *El País*, 26 de julio (10).
- “‘Dos destinos’ irá el martes próximo en Mogador y Azul” (1937). *El País*, 24 de julio (10).
- “El cine crece y crece” (1936). *Cine Radio Actualidad*, 2 de octubre (1). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “El Cine Metro se inaugurará a fines del corriente mes” (1936). *El País*, 15 de setiembre (10).
- “El éxito de la película nacional ‘DOS DESTINOS’” (1937), *La Mañana*, 30 de julio (8).
- “El primer film parlante uruguayo ‘Dos destinos’” (1937). *El Faro*, 4 de setiembre (5). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “El programa ratificado para hoy y mañana” (1936). *La Mañana*, 26 de setiembre (2).
- “El sábado próximo inaugura el Cine Metro” (1936). *La Mañana*, 21 de setiembre (6).
- “Fue gratísima la velada inaugural del Cine Metro” (1936). *La Mañana*, 28 de setiembre (8).
- “Inauguración del ‘Cine Metro’” (1936). *Cine Radio Actualidad*, 17 de abril (14). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “Inauguración del Mogador” (1936). *Cine Radio Actualidad*, 25 de julio (14-15). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- “Inauguración del ‘Radio City’” (1937), *Cine Radio Actualidad*, 16 de julio (28-29). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- Kelly Hopfenblatt, Alejandro y Nicolás Poppe (2022). “En las carteleras”. Alejandro Kelly Hopfenblatt y Nicolás Poppe (editores). *En la cartelera. Cine y culturas cinematográficas en América*. Madrid; Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- “La Melodía de Broadway 1936 en el Cine Metro” (1936), *Mundo Uruguayo*, 24 de setiembre (24-25).
- “Las palabras obligadas” (1936). *Cine Radio Actualidad*, abril (1). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.
- Lema Mosca, Álvaro (2023). *Los nacimientos del cine uruguayo: una historia completa*. Ciudad de la Costa, Uruguay: Sujetos Editores.
- “Loew Launching Theatre Program to Cover Globe” (1935). *Motion Picture Daily*, 20 de marzo (1, 7).
- Mactas, Mariana (1994). “Visto, leído. Cine en Uruguay”. *El Amante Cine*. Año 3 número 27 mayo (31). Colecciones digitales de Ahira (Archivo Histórico de Revistas Argentinas).
- “Mañana será inaugurado el cine ‘Metro’” (1936), *El País*, 25 de setiembre (12).
- Melnick, Ross (2022). *Hollywood's Embassies: How Movie Theaters Projected American Power around the World*. New York: Columbia University Press.



“‘Melodía de Broadway 1936’ inaugurará el Cine Metro” (1936), *La Mañana*, 17 de setiembre (8).

“More Houses for MGM in Foreign Keys” (1935). *Motion Picture Daily*, 22 de noviembre (1, 6). Media History Digital Library.

“Nuevas salas” (1936). *Cine Radio Actualidad*, 17 de abril (10). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.

“Perspectivas” (1936). *Cine Radio Actualidad*, abril (4). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.

Paranaguá, Paulo Antonio (2003). *Tradición y modernidad en el cine de América Latina*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Poppe, Nicolás (2022). “1938, 17 de julio en San Antonio, Texas. En el cine. Imaginarios sociales y cultura cinematográfica en la comunidad mexicana.” Alejandro Kelly Hopfenblatt y Nicolás Poppe (editores). *En la cartelera. Cine y culturas cinematográficas en América Latina*. Madrid; Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.

“¿Reiniciará sus actividades la ‘Metro - Goldwyn’?” (1936). *Cine Radio Actualidad*, 29 de mayo (19). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.

Rocha, H.A. “Los estrenos”, *El País*, 28 de julio (10).

Sanjurjo Toucon, Álvaro (1994). *Tiempo de imágenes*. Montevideo: Arca.

— (2015). *Los programas hablan*. Montevideo. Ediciones del Cuartito.

Saratsola, Osvaldo (2005). *Función completa, por favor: un siglo de cine en Montevideo*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Trilce.

—. “*El túnel transatlántico*”. En *Cinestrenos. El cine en Montevideo desde 1929*. Disponible en: <http://www.uruguaytotal.com/estrenos/>.

“Se efectúa hoy la inauguración del Cine Metro” (1936), *La Mañana*, 26 de setiembre (8).

“Una gran revista es ‘La melodía de Broadway 1936’” (1936), *El País*, 24 de setiembre (12).

“Una ‘premiere’ de Manzi” (1937). *Cine Radio Actualidad*, 2 de julio (35). Colecciones digitales de la Biblioteca Nacional de Uruguay.

Vieira, João Luiz e Margareth C.S. Pereira (1986). “Cinemas da Metro e a dominação ideológica”. *Filme Cultura*, n.º 47 agosto (59-61). Banco de Conteúdos Culturais da Cinemateca Brasileira.

**Nicolas Poppe** (Middlebury College, Vermont, EEUU)

npoppe@middlebury.edu

Es autor de *Alton’s Paradox: Foreign Film Workers and the Emergence of Industrial Cinema in Latin America* y coeditor de las antologías *Cosmopolitan Film Cultures in Latin America, 1896-1960* (2017) y *En la cartelera. Cine y culturas cinematográficas en América Latina, 1896-2020* (2022) y *Salas, negocios y públicos de cine en Latinoamérica (1896-1960)*.