



# Breve historia de los anuncios publicados en los periódicos

Por JAVIER MELENDEZ MARTIN

<https://jmelendezmartin.wordpress.com/>

**A**ntes de que internet permitiera el acceso a millones de imágenes, muchos recortábamos los anuncios de películas publicados en los periódicos. Anuncios en blanco y negro de películas que habíamos visto y de películas que queríamos ver. Anuncios de distintos tamaños: los que ocupaban toda la página, los arrinconados bajo las noticias y los que tenían una columna (útiles como puntos de lectura). Con estos recortes pretendíamos apropiarnos de parte de la magia de cada película: del *Superman* de Christopher Reeve, del primer *Indiana Jones*... y tener cerca a la rubia perseguida por el monstruo. Recortes que se perdieron hace tiempo. Internet permite reencontrar los recortes que otros conservaron mejor. Y descubrir los recortes de quienes por su edad podrían ser nuestros padres y abuelos. Anuncios que son testigos de los avances tecnológicos en el cine y también de cómo cambian las cosas.

## Los primeros anuncios

Durante la primera década del cine, las productoras se centraban en grabar y distribuir. La promoción corría a cuenta de los dueños de los cines: carteles caseros en la acera, voceros, folletos y más tarde el envío de la programación a los periódicos locales. A partir de 1908 algunos exhibidores comenzaron a publicar boletines mensuales con la programación, los argumentos de las películas y cómo se hacían. Los espectadores protestaban porque no aparecían los nombres de los artistas. Estos son *el chico*, *la chica* y *el villano* del estudio que produce la historia. Los productores no quieren que los actores sean reconocidos para que estos no exijan más dinero y derechos.

Cuando circulaba el rumor de que *la chica Biograph* había muerto en un accidente, el productor Carl Laemmle lo desmintió con un anuncio en un boletín (imagen de abajo).

**We Nail a Lie**



The blackest and at the same time the silliest lie yet circulated by enemies of the "Imp" was the story foisted on the public of St. Louis last week to the effect that Miss Lawrence (the "Imp" girl, formerly known as the "Biograph" girl) had been killed by a street car. It was a black lie because so cowardly. It was a silly lie because so easily disproved. Miss Lawrence was not even in a street-car accident, is in the best of health, will continue to appear in "Imp" films, and very shortly some of the best work in her career is to be released. We now announce our next films:

**"The Broken Bath"**  
(Released March 14th. Length 930 feet.)

A powerful melodrama dealing with a young chap, his sweetheart and a society...

Laemmle dio el nombre de *la chica* y anunció su siguiente película. Así nació en 1910 la primera estrella del cine con nombre y apellidos: Florence Lawrence.

Los estudios y los exhibidores entendieron que las películas se promocionaban mejor con los rostros y los nombres de los protagonistas. Una técnica vigente sobre la que circula una extravagante teoría en internet: cuanto peor es una película, más grande es el rostro del actor en el cartel.

Pasaron cuatro años hasta el primer anuncio de una película en un periódico de gran tirada. Lo contrató Mutual (que producía a Chaplin) en el *Saturday Evening Post* (dos millones de ejemplares) para anunciar las aventuras de *la chica Mutual*. Poco después, los estudios rivales contrataron publicidad en otros periódicos con gran difusión.

Es curioso que la superproducción *El nacimiento de una nación* (1915) se anunciara sin imágenes y sin los créditos de los actores. Pretendía atraer a los espectadores con algunos datos de la producción: 18.000 extras, 3.000 caballos y 500.000 dólares de presupuesto (imagen de abajo).

**ALEXANDRA TO-DAY  
TO-NIGHT**

Last Two Times--"A Full House"

---

NEXT WEEK

**MATINEE EVERY DAY**

THE MAMM CORPORATION PRESENTS D. W. GRIFFITH'S

**8th WONDER OF THE WORLD**

**A TRIUMPH  
WHEREVER  
PRESENTED**

---

**NOW BREAKING  
ALL THEATRICAL  
RECORDS IN  
NEW YORK,  
BOSTON,  
CHICAGO,  
AND  
PHILADELPHIA.**



**18,000  
PEOPLE.**

---

**3,000  
HORSES.**

---

**COST  
\$500,000.**

---

**THE WORLD'S  
MIGHTIEST  
SPECTACLE.**

**The Greatest Art Conquest Since the Beginning of Civilization.**

**SYMPHONY ORCHESTRA OF 30**

**Nights:**  
50c, 75c, \$1.00, \$1.50.

**PRICES**

**MATINEES:**  
50c, 75c, and \$1.00.

Los anuncios sin imágenes ni créditos se convirtieron en una rareza en los años 20: el *star system* (basar la promoción en las estrellas) estaba en su apogeo.

ALL WEEK



IT'S HERE!  
THE FEATURE COMEDY SENSATION  
of 1924

**BUSTER KEATON** *A Metro Picture*

One hour of solid in "SHERLOCK JR."  
laughter.

TRIUMPHAL RETURN TO LOEW'S OF  
VAUDEVILLE'S GREATEST CHILD STAR

**DOLLY DUMPLIN** With an Entire New Act  
and Songs featuring  
6 Excellent Acts of 6  
VAUDEVILLE



**LOEW'S**

### Las novedades técnicas

En un universo cuajado de estrellas de cine, los estudios comenzaron a resaltar las novedades técnicas como el color: Technicolor, Cinecolor, Trucolor...

**REMEMBER—**  
THIS PICTURE HAS A VOICE!  
IT IS A SIGHT-SOUND SENSATION!  
IT WRINGS SOBS AND LAUGHS!  
ALL MADE POSSIBLE BY  
THE NEW IMPROVED



**VITAPHONE**  
BIGGEST PICTURE HIT  
of the YEAR!!

**AL JOLSON**  
in **The JAZZ SINGER**

Marsh, in the Plain Dealer says: One of "The Jazz Singer's" strongest points is Vitaphone. Of course it is a sympathetic story and the screen treatment of the theme has been a sympathetic one, but the one scene in which Jolson "kiss" his "mammy" gives it a definite victory over its audiences.

"Jazz Singer" starts at  
9:30 A. M.; 11:05;  
12:40; 2:30; 4:20; 6:10;  
7:55 and last show  
at 9:55.

**Now--STILLMAN THEATRE**

*RECUERDA: ESTA PELÍCULA TIENE VOZ*

... dice el anuncio de *El cantor de Jazz* (1927), la primera película que incluye sonido.

No cuesta imaginar la cara de los señores que abrieron el periódico y encontraron el anuncio de *Los crímenes del museo de cera* (1953). ¿Cuántos no pensaron mirar debajo de la bailarina?

**World Premiere!**  
**3-D AS IT SHOULD BE SEEN-AND HEARD!**

**BROADWAY'S ALL-TIME GREAT SCREEN-STAGE COMBINATION!**

**EDDIE FISHER**  
He's on the stage! Back after 2 years!

**THE BIG 3-D FEATURE YOU'VE BEEN WAITING FOR IN NATURAL VISION!**

**3 DIMENSION**

**...FIRST PHENOMENAL MERGER OF 3-D ACTION! 3-D COLOR! AND 3-D SOUND!**

**WARNER PHONIC SOUND**

**BEAUTY AND TERROR MEET IN YOUR SEAT!...**  
A Man-turned-Monster - gripping a city with panic, using the show-world's beauties for his Chamber of Horrors!

NOTHING IN ENTERTAINMENT HISTORY LIKE WARNER BROS. AMAZING

**"HOUSE OF WAX"**  
WARNERCOLOR

*Ballets! In Person! Tonight!*  
THE STARS OF THE PICTURE IN PERSON AT 8:30-11:00 PERFORMANCES TONIGHT!

VINCENT PRICE • FRANK LOVEJOY • PHYLIS KIRK • PAUL PICERNI

VINCENT PRICE • FRANK LOVEJOY • PHYLIS KIRK  
PAUL PICERNI • CAROLYN JONES • LARA WELBY • GAIL WELBY • BRAD WELBY

**AND IN PERSON!**

Welcome back Eddie!!

**EDDIE FISHER**  
HUGH MARTIN at the piano

**HUGO WINTERHALTER** AND HIS RCA ORCHESTRA

THE BEACHCOMBERS • JOEY FORMAN

**TODAY (FRI) 8:30 A.M.** **PARAMOUNT**  
TIMES SQUARE

**J.R. 3D!**  
**That's all, Brother!**

**THAT DANCE YOU'VE HEARD SO MUCH ABOUT!**

HOWARD HUGHES presents  
**JANE RUSSELL**  
 in ***THE FRENCH LINE***  
 re-starring GILBERT ROLAND • ARTHUR HUNNICUTT  
 with MARY McCARTY  
 Color by **TECHNICOLOR**  
 an EDMUND GRAINGER PRODUCTION • Directed by LLOYD BAILEY  
 Story by MARY QUINN & RICHARD SHAW • Produced by EDMUND GRAINGER

Wear 3-D Spectacles with regular POLA-LITE full vision glasses!

SONGS AS GAY AS CHAMPAGNE!

ON THE WIDE SCREEN!  
**CRITERION**  
 Broadway & 45th Street

DOORS OPEN **TODAY** 9 A.M.  
 EXTRA LATE LATE SHOW EVERY NIGHT!

¡J.R. (Jane Russell) en 3D! ¡Eso es todo, hermano!

... dice el anuncio de la comedia musical *La línea francesa*. La publicidad en 3D no admitía sutilezas.

El anuncio de *La túnica sagrada muestra* (1953) intenta mostrar el tamaño de la pantalla de cinemascope apuntillando que tiene maravillas «que podrás ver sin gafas» en clara alusión a las películas en 3D.

20th Century-Fox presents

# The Robe in CINEMASCOPE

TECHNICOLOR

**THE FIRST  
MOTION PICTURE  
IN THE WORLD  
IN  
CINEMASCOPE**

**The New Dimensional Photographic Marvel You See Without Glasses!**

**THE FIRST  
MOTION PICTURE  
IN THE WORLD  
IN THE STEREOPHONIC  
SOUND!**

**FOX - RICHMOND** **FRIDAY**

**DOORS OPEN 12:15 P.M. Every Day!** **Come Anytime and See a Complete Show!**

**The Greatest  
Story of Love,  
Faith and  
Overwhelming  
Spectacle!**

**CINEMASCOPE**

No. 1 shows how the flat ordinary screen is dwarfed by the newly created curved Miracle Mirror Screen.

No. 2, 3, 4 show how Cinemascope's superior new Stereophonic Sound enhances the scope of audience participation.

No. 5 shows how the new Anamorphic Lens creates infinite depth and life-like reality to engulf you in the action on the screen.

starring  
**RICHARD BURTON  
JEAN SIMMONS  
VICTOR MATURE  
MICHAEL RENNIE  
JAY ROBINSON  
DEAN JAGGER**

**UNTIQUOUS!**  
**NO RESERVED SEATS!**

For information on  
"The Robe" in  
Cinemascope  
Call  
ME. 5-2129  
LA. 4-4381

## El sexo

Con o sin 3D el sexo estaba presente en los anuncios para los periódicos.

*Mae Tinee-Chicago Tribune-Says:*

"Without doubt this cunning piece of portraiture (Charles Laughton as Nero) is the photoplay's cream. Miss Colbert's portrayal of the Empress is very smooth, very effective. Elissa Landi and Fredric March are excellent in their respective roles of Christian virgin and Roman prefect. Their romance is a beautiful and inspiring one."

**A PICTURE WHICH PROUDLY LEADS ALL THE ENTERTAINMENTS THE WORLD HAS EVER SEEN!**



**CECIL B. DEMILLE'S**  
*The*  
**SIGN OF THE CROSS**

**THE GREATEST DRAMATIC SPECTACLE OF OUR GENERATION!**

Feature Starts  
Daily at  
2:20 - 4:40  
7:00 and 9:20

See It From The  
Beginning

Adel  
MILLS BROS.  
Singer  
"DINAH"

A Magnificent Love Story... a  
Gigantic Spectacle!... Rome De-  
stroyed by the Cruelty of Mad Nero  
—a Great Multitude, Whose Only  
Sin Was Being Christian, Sacri-  
ficed to an Emperor's Regal Whim!

WITH **FREDRIC MARCH**  
**ELISSA LANDI**  
**CLAUDETTE COLBERT**  
**CHARLES LAUGHTON**  
AND 7500 OTHERS  
FROM THE PLAY BY WILSON BARRETT  
*A Paramount Picture*  
**RIALTO**  
STARTING TODAY

El anuncio de *El signo de la cruz* (1932) asegura que la película muestra «todos los espectáculos que el mundo jamás ha visto».

Un anuncio con la marca de Cecil B. de Mille que supo como nadie entender el **Código Hays** (1930) ([https://es.wikipedia.org/wiki/Código\\_Hays](https://es.wikipedia.org/wiki/Código_Hays)) de censura cinematográfica que permite mostrar conductas pecaminosas (hasta cierto punto) si los pecadores son condenados en el último rollo de película.



*¿Qué dos grandes razones hay para que Jane Russell se convierta en una estrella?*

*... dice el anuncio de The Outlaw diez años antes de Jane Russell en 3D.*

*Ella es valiente y apasionada*

*... dice la respuesta contra los mal pensados.*

**"THE FINEST ART FILM OF ALL TIME"**



**THE MOST TALKED ABOUT - THE MOST SHOCKED ABOUT PICTURE OF OUR YEARS!**

# LA DOLCE VITA

AN ASTOR RELEASE

RECOMMENDED ONLY FOR MATURE ADULTS

**NOW SEE THE ORIGINAL AND UNCUT ITALIAN VERSION!**

All Seats 75¢

Open 7:30 — One Show Starts at 8:00

## ENCORE THEATRE

53 MAIN PH. 356-2430

Versión italiana sin cortes, asegura el anuncio de *La dolce vita* para el público norteamericano.

*She NOW speaks ENGLISH ...and she's more sensational than ever!*

... you won't miss a word or scene in the New and Most Exciting Picture in Years!

# "Bitter Rice"

**SPOKEN ENTIRELY IN ENGLISH**

Vittorio GASSMAN  
Doris Dowling  
Ralph Vallone

**Silvana MANGANO**

**TOMORROW** A LIVE RELEASE

AIR-CONDITIONED

## WORLD, 49th ST.

East of 7th Avenue Circle 7-5747  
Doors Open 10:30 A. M.

Ahora habla en inglés... y es más sensacional que nunca

... dice el anuncio de *Arroz amargo* con una flecha apuntando a la icónica e imponente imagen de la Silvana Mangano.

## Hitchcock

Con el tiempo, cierto público comenzó a interesarse en las películas por los nombres los directores. El más conocido por el público en su tiempo fue Hitchcock (¿quién lo duda?). Consciente de su fama gracias a *Alfred Hitchcock presenta* (1955-1965), se convirtió en mejor promotor de sus últimas películas.

**"Alfred Hitchcock's 'VERTIGO', his  
most luminous masterpiece... is  
THE ONLY TRULY GREAT MOTION PICTURE  
ARRIVING THIS CHRISTMAS SEASON?"**

Andrew Sarris, VILLAGE VOICE

**"YOU WILL NOT SEE A MORE FINELY  
MADE FILM THIS YEAR OR NEXT!"**

Gene Siskel, CHICAGO TRIBUNE

**"'VERTIGO' IS A MASTERPIECE...  
A WORK OF ART."**

Peter Travers, PEOPLE MAGAZINE

**JAMES STEWART · KIM NOVAK  
IN ALFRED HITCHCOCK'S**

**'VERTIGO'**



CO STARRING  
**BARBARA BEL GEDDES**  
WITH TOM HELMORE HENRY JONES  
DIRECTED BY ALFRED HITCHCOCK  
SCREENPLAY BY ALEC COPPEL  
& SAMUEL TAYLOR

TECHNICOLOR

BASED UPON THE NOVEL 'D'ENTRE LES MORTS'  
BY PIERRE BOULEAN AND THOMAS NAUCLAC  
MUSIC BY BERNARD HERRMANN  
& MICHAEL CLAYTON

71  
NEW YORK POST, TUESDAY, JUNE 14, 1960

# It Is Required That You See **PSYCHO** From The Very Beginning!

The managers of the De Mille and Baronet Theatres have been instructed, at the risk of their lives, not to admit to the theatre any persons after the picture starts. Any spurious attempts to enter by side doors, fire escapes, or ventilating shafts will be met by force.

I have been told this is the first time such measures have been necessary on that rather remarkable thoroughfare you call Broadway—but then this is the first time you've ever seen a picture like "PSYCHO"

The entire objective of this extraordinary policy, of course, is to help you enjoy "PSYCHO" more.

For your further convenience "PSYCHO" begins at different hours at these two theatres. The schedule is listed below. You are permitted to clip this advertisement, treasure it, pass it along to your friends, or commit the performance times to memory.



**The De MILLE**  
Mon. - Sat. 8:15, 10:30, 12:15, 2:30, 4:45, 7, 9, 9:15, 11:15 PM  
Sunday 11:45, 12:15, 2:30, 4:45, 7:10, 9:45, 11:15 PM  
Sunday 12:15, 2:30, 4:45, 7:10, 9:45, 11:15 PM

**BARONET**  
Mon. - Sat. 12:15, 2:30, 4:45, 7, 9, 9:15, 11:15 PM  
Su. & Tu. 1:15, 3:30, 5:45, 8, 10, 11:15 PM

ALFRED HITCHCOCK'S "PSYCHO" starring ANTHONY PERKINS • VERA MILES • JOHN GAVIN  
co starring MARTIN BALSANI • JOHN MARTINE and JANET LEIGH as MARION CRANE • Directed by ALFRED HITCHCOCK  
Screenplay by JOSEPH STEFANO • Based on the Novel by ROBERT BLOCH • A Paramount Release

**STARTS THURSDAY AT 2 THEATRES**

AIR CONDITIONED

**The DeMILLE** | **BARONET**  
47th St. and 7th Ave. - CO 5-8430 | 59th St. and 3rd Ave. - EL 5-1663

WALTER BLAZER THEATRES

El anuncio de *Psicosis* advierte:

*Los gerentes de los cines De Mille y Baronet han recibido instrucciones, a riesgo de sus propias vida, de no admitir en la sala a ninguna persona después del inicio de la película. Cualquier intento ilegítimo de entrar por las puertas laterales, salidas de emergencia o los conductos de ventilación será reprimido por la fuerza.*

*Me han informado de que esta es la primera vez que se han hecho necesarias semejantes medidas, pero también es la primera vez que ven una película como Psicosis.*

*El único objetivo de esta inusual medida es, por supuesto, ayudarle a disfrutar más de Psicosis.*

## El terror

Los grandes estudios que producían terror presumían de tener las grandes estrellas del género o contar con novedades técnicas. Los estudios modestos recurrían a anuncios que no permitían dudas sobre el contenido de las películas.



A la izquierda del título CANNIBAL GIRLS está escrito:

*Estas chicas hacen exactamente lo que usted piensa que hacen.*

Sobre las dos señoritas caníbales (arriba a la derecha) una advertencia:

*LA PELÍCULA CON LA CAMPANA DE ALARMA*

*Cuando suene, cierra los ojos si eres delicado.*

When there's no more room in HELL  
the dead will walk the EARTH

**ATTENTION!**  
Due to the horrific  
nature of this film  
we are not permitted  
to display photographs.



# DAWN OF THE DEAD



Starring DAVID EMGE KEN FOREE SCOTT H. REINIGER GAYLEN ROSS

**United Artists**  
A Transamerica Company

Produced By RICHARD P. RUBINSTEIN Written and Directed by GEORGE A. ROMERO

**NOW SHOWING**



<b>ALTONA</b> <small>107 GAYTON ST.</small>	<b>DONCASTER</b> <small>1031 WILSON ST. BULLOCK</small>	<b>WANTIRNA</b> <small>148 BROADWAY</small>	<b>M'BYRONONG</b> <small>102 PEARSON ST.</small>
<b>PRESTON</b> <small>107 ALBERT ST.</small>	<b>COBURG</b> <small>102 WILSON ST.</small>	<b>OAKLEIGH</b> <small>107 WARD ST. CO.</small>	<b>BURWOOD</b> <small>107 BOWEN ST. W. W. ST.</small>

SNACK BARS 6-30 MOVIES 7-30  
PROGRAMME INFORMATION TEL. 11680

\*\*\*\*\*  
ALSO AT MELBOURNE—CITY PROPER  
**THE PALACE**  
20 BOURKE ST. 562 2688  
D'LY 3.15, 5.30, 8.00—NOT SUNDAY  
GEE LONG  
**VILLAGE STAR**  
DRIVE-IN  
\*\*\*\*\*

PLUS, AT HOYTS DRIVE INS ONLY: "THE SEX MACHINE" (R)

COMMENCES APRIL 10 at  
Plaza Chelsea Cinema

COMMENCES APRIL 17 at  
Footscray Grand

COMMENCES APRIL 24 at  
Ballarat Drive-In

*Dawn of the dead* (1973), La secuela de *La noche de los muertos vivientes* (1968) incluye otra advertencia (arriba a la derecha):

*Debido a la naturaleza horrenda de esta película no se nos permite mostrar fotografías.*

## Dos años en cartel

Si las cifras apabullaban eran destacadas (como ya se hizo con *El nacimiento de una nación*): los recursos empleados, los premios conseguidos, el número de espectadores y cuánto tiempo llevaba proyectándose.



**HOLIDAY ENTERTAINMENT FOR THE  
ENTIRE FAMILY TO ENJOY!**

**11 ACADEMY AWARDS including "BEST PICTURE"!**

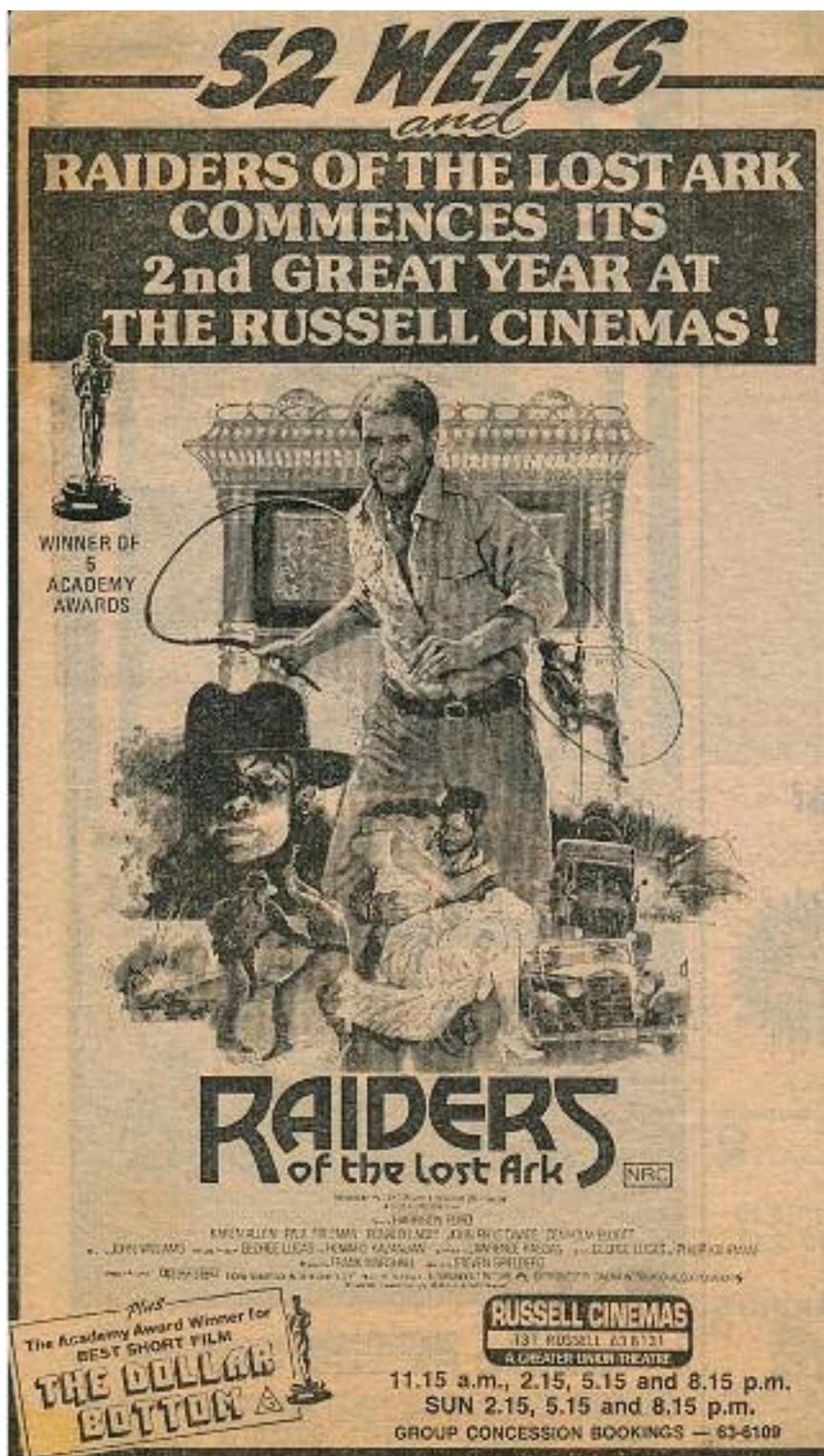
METRO GOLDWYN MAYER  
WILLIAM WYLER'S  
**BEN-HUR**

EXTRA HOLIDAY MATINEES AT 2 P. M. TODAY AND TOMORROW  
EVENINGS AT 8 P. M. (Sundays at 7:30 P.M.)

SEATS AVAILABLE FOR  
**TODAY**  
2 & 7:30 P. M.

**2nd BIG YEAR!**  
THE  
NEW **LOEW'S STATE**  
B'way & 45th St. JU 2-5070

¡SEGUNDO GRAN AÑO! aparece cerca del pie del anuncio *Ben-Hur* (1959). No era raro en una época que ofrece pocas novedades de entretenimiento a los adultos. Incluso en Estados Unidos había unos pocos canales de televisión.



*Indiana Jones* (1981) es una de las últimas películas en presumir de proyectarse durante 52 semanas. Faltaban unos pocos años para el vídeo comunitario, los videojuegos y los nuevos canales de televisión (tanto en España como en el mundo) e internet.

Los anuncios de cine resisten en los periódicos del siglo XXI aunque son tan raros de encontrar como los de 1905. Los nuevos coleccionistas bajan los anuncios de internet a una carpeta en su ordenador o hacen galerías en blogs o muros en Pinterest para películas que duran poco más que un suspiro.