

## EL CINE APLICADO A LA DIVULGACION AGRICOLA

Cuando se creyó que bastaba un acto de prestidigitación para convertir los eriales en magníficos campos de cultivo y otro acto de magia para hacer que una colección de obreros manuales analfabetos se convirtiesen de pronto en un grupo de agricultores, el Gobierno español de entonces nombró a una porción de ingenieros para hacer la prestidigitación de la tierra y a mí para hacer el acto de magia de cambiar la mentalidad de unas 300.000 personas.

Como una buena porción de esta masa humana era analfabeta, ya que la mayor parte de trabajo era en provincias españolas que se distinguen por su bajo nivel cultural, pensé que el cinematógrafo sería el arma más adecuada para emprender la campaña. Ahora bien, ¿tiene el cinematógrafo cualidades que permitan emplearlo para estos menesteres? En mi opinión, sí. En efecto, con el cinematógrafo se puede hacer que un movimiento demasiado rápido para ser visto se realice con toda la lentitud deseable para una buena observación. Por el contrario, un movimiento demasiado lento para ser observado puede ser apresurado por el cinematógrafo y verse en pocos segundos el crecimiento de una planta, por ejemplo; pero, además, el cinematógrafo permite acercar la cámara y enseñar un pequeño detalle en un tamaño todo lo grande que se quiera, de manera que un público de 2.000 personas en esta misma sala pueda ver el rizado de una hebra de lana o algo igualmente pequeño. Pero no es esto todo; el cinematógrafo también permite el empleo de los gráficos animados y de los dibujos animados para hacer amena una enseñanza, de los dibujos fantasmas, esto es, el dibujo de un motor, por ejemplo, cuyo exterior se hace gradualmente, como si fuese de cristal, y se ve entonces el interior de ese motor con sus piezas en movimiento, y si hay alguna cosa algo difícil de comprender, un movimiento algo complicado, el cinematógrafo puede repetirlo una, dos y veinte veces, deprisa, despacio, en la forma que se quiera, para que eso pueda comprenderse y se retenga en la memoria.

Esta lista ya parece indicar que el cinematógrafo tiene posibilidades educativas; pero hay mucho más: la película cinematográfica puede ser proyectada al mismo tiempo en esta sala, en Madrid, en Barcelona, en Lérida, en cualquier sitio. Con el cinematógrafo es posible disponer de la colaboración de hombres de ciencia y de especialistas en ciertas materias, pidiéndoles tan sólo el tiempo necesario para una conferencia, y una vez registrada esa conferencia con la explicación gráfica de la imagen, puede proyectarse y oírse simultáneamente en toda España y cuantas veces se quiera, este año y dentro de veinte años.

Estas fueron las bases que nos guiaron para organizar lo que fué después el Servicio de Cinematografía del Ministerio de Agricultura, y teniendo todo esto muy en cuenta planeamos y ejecutamos la primera película, la cual van ustedes a ver dentro de un momento.

Esta película va dirigida principalmente a gente analfabeta, a gente que sabe manejar un arado, cuando se lo ordenan, para hacer una labor; pero que ignora qué es lo que ocurre en la tierra cuando tal labor se da, y no sabe cuándo debe darse, por qué motivo, para qué sirve ni dónde la colocarían.

Pensamos además que, como elemento docente, podríamos emplear el que nos enseñó a usar el Maestro de maestros en sus predicaciones, recogidas en los Evangelios. Esto es, la parábola. Y no sé que fuera de España se haya empleado jamás la parábola, desde el punto de vista cinematográfico, en la forma que van ustedes a ver ahora en la película «El barbecho» (\*).

Esta película tiene una porción de parábolas, no una ni dos, sino muchas más. Por ejemplo, los elementos nutritivos del suelo, a los cuales no los llamamos así en la película, sino que los llamamos «la sustancia de la tierra», están simbolizados con chorizos y cosas de comer. Las malas hierbas van simbolizadas por el vago, el haragán que nada hace y que se mete en las casas para robar cuando se distraen sus dueños. La humedad del suelo, que es el tesoro que tenemos que conservar con el barbecho, está simbolizada por la muchacha bonita, decente y buena, que hay que amparar y proteger todo cuanto nos sea posible; la fertilidad del suelo está simbolizada por el dinero que se gasta, el combustible que se agota, la juventud que dejamos atrás... Y como esas hay otra porción de parábolas que ustedes notarán perfectamente sin que yo se las haya señalado con el dedo.

Por estar destinada esta película a una masa de bajo nivel cultural, no sólo no se emplea ningún término científico, sino ni aún siquiera palabras largas. Está hecho todo dentro del lenguaje más vulgar y de más fácil comprensión en que hemos podido preparar la explicación.

### LA CINTA DE PROPAGANDA

Vamos ahora a presentar a ustedes otro problema. Se trata de hacer una película con un fin determinado. El fin es vender, para la exportación, vinos de Jerez, y está dedicada principalmente a los mercados de Estados Unidos y de Inglaterra. Por este motivo debo hacerles la indicación de que la película «Jerez-Xérès-Sherry», que vamos a proyectar dentro de unos minutos, está hecha y pensada en inglés, y lo que van ustedes

---

(\*) Cada una de las explicaciones fué ilustrada posteriormente con la proyección de la película mentada.

des a ver es una traducción o, mejor dicho, una adaptación al castellano de una película hecha para mercados exteriores.

Al hacerla se han tenido en cuenta ciertas modalidades de los mercados de Estados Unidos especialmente, en los cuales se ha hecho una propaganda bastante intensa *contra* los vinos de Jerez, principalmente por una casa de California de enorme importancia. Según la propaganda de esta casa, «en España se labran los viñedos a mano, por métodos antiguos, con un azadón y unos hombres que tienen que trabajar mucho. En California, en cambio, labran sus viñedos con magníficos tractores modernos, y por lo tanto, puesto que emplean utillaje más moderno y métodos más modernos, tiene que obtener un vino mucho mejor que el que en España se obtiene». Naturalmente, teníamos que salir a batallar *contra* esa idea tan insidiosamente presentada; pero había otra que también ha guiado nuestra orientación, y es que «cuando en un comercio o restaurante de Estados Unidos se pide una botella de Jerez español, se obtiene unas veces un Jerez claro, otras veces oscuro, unas veces dulce, otras veces seco, y en total no se sabe lo que se obtiene; pero, en cambio, si se pide vino de Jerez de California, puesto que es un tipo único, se sabe perfectamente lo que se va a obtener». Claro es que en esa propaganda no se dice que lo que venden como vino de Jerez de California es, sencillamente, un vino tipo manchego, tostado por una aplicación de calor bastante intensa durante breves minutos y con un sabor que a otras personas les podrá parecer semejante al de algún tipo de Jerez; pero por muy buena voluntad que yo he puesto y por mucha amistad que tenga con los dueños de esa Compañía de Estados Unidos que nos hace esa clase de competencia, no he podido encontrar en el vino que ellos preparan la menor traza de sabor ni de boca ni de nariz de los vinos jerezanos.

Para combatir la idea errónea de que los tractores darán mejor vino, acudimos a una parábola. Ante todo enseñamos que en España *hay* tractores: se explica que sería muy fácil plantar los viñedos en tal forma que los tractores puedan ser utilizados, y entonces pasamos en la imagen a una imprenta, para decir en la charla que cuando se quiere una *gran cantidad* de imágenes la imprenta, aparato moderno, las hace muy deprisa, por muy poco dinero y en enorme *cantidad*; pero cuando se quiere *calidad* en las imágenes (y aquí enseñamos un artista pintando) acudimos a un pintor bueno, que hará *un solo cuadro*, pero, con su vista fija en el pincel, puede poner en él el sentimiento y el toque artístico que da valor a su obra. Aquí salta la imagen a obreros cavadores muy en primer plano, y en la charla decimos que lo mismo que ocurre para producir la obra de arte pintada, hace falta para producir vinos con la calidad de los de Jerez la mirada del obrero en el borde de la herramienta y el esfuerzo muscular, que lleva 2.000 años produciendo un vino que jamás se ha podido igualar en el mundo. Notarán ustedes que aquí se ha utilizado un camino, podemos decir circular, para llevar la imaginación del espectador de los tractores que tiene ante la vista a la máquina que produce *cantidad*, pero no *calidad*. Entonces metemos la idea comparativa:

«calidad = obra de arte», y presentamos, a continuación uno de otro, el artista haciendo una obra de arte y los obreros cavadores haciendo lo preciso para conseguir vino de Jerez, al cual ya calificamos como otra obra de arte. A juzgar por los comentarios que he oído yo en Washington y en California, esa parábola es de enorme fuerza persuasiva y ha hecho pupa. Por otra parte, para combatir la propaganda contra la *variedad* de tipos de nuestros vinos de Jerez seguimos el sistema de hacerle frente, *alardeando* de que nosotros «podemos» tener una porción de tipos diferentes, mientras que en California solamente obtienen otra cosa, a la cual llaman Jerez, porque la naturaleza no les ha dado los elementos de que fué muy generosa con España, que permiten conseguir los caldos que nosotros producimos. Para ello no solamente se enseña científicamente el motivo de que los diferentes tipos sean realmente diferentes, sino que se muestra, con la mayor claridad que he podido conseguir, que ese resultado se debe a las condiciones geográficas y edafológicas en la región jerezana y que no se han podido igualar en ninguna parte, ni en España ni de fuera de ella, por no duplicarse en sitio alguno tales condiciones. Pero además se presenta en tres o cuatro formas diferentes y con insistencia el hecho de que tenemos varios tipos de Jerez, y estamos orgullosos de todos ellos, y al final de esa presentación, para remachar más todavía los clavos, se simbolizan tres de estos tipos, el Amontillado, el Fino y la Manzanilla, con tres encantadoras criaturas del sexo femenino, a las cuales acompaña en la charla una brevísima descripción de lo que son esos tipos que ellas simbolizan y a los cuales, realmente, tienen gran parecido, y se subraya todavía más con tres melodías de Beethoven de modalidad pasional, elegante y, por último, de traviesa. Claro es que el 99 y medio por 100 del público no aprecia semejantes matices: pero muchas veces, sin apreciarlo y sin darse cuenta del por qué, el hecho es que les hace efecto, y por lo menos yo he tenido la satisfacción de pasar unos buenos ratos mientras lo hacía. Espero que ustedes no se aburran con la película, y vamos a proyectar ahora «Jerez-Xérès-Sherry».

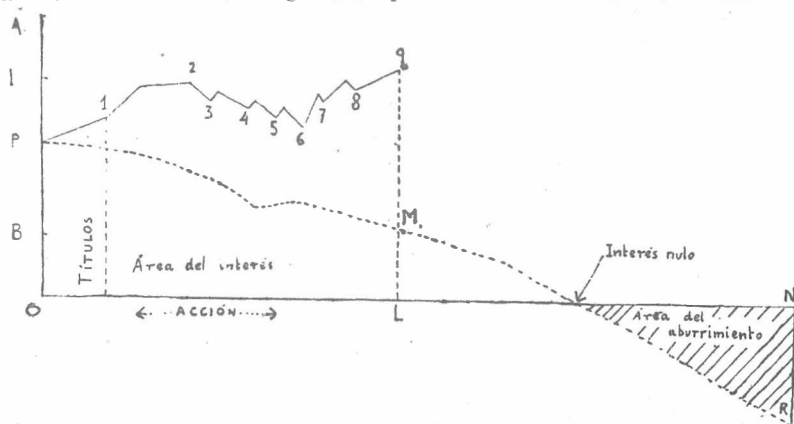
#### LA PROYECCION Y EL INTERES DEL ESPECTADOR

Ahora vamos a presentar un ejemplo de cómo el hacer una película interesante es asunto que no solamente se puede controlar, sino que debe ser planeado para que las películas dejen, además de una lección dentro de la cabeza, una sonrisa en los labios de los espectadores, que les parezca corta, que la encuentren interesante y que no salgan del local con caras de haberse aburrido.

El procedimiento que hemos empleado en el Ministerio de Agricultura para tratar de conseguir este resultado es, desde luego, un procedimiento totalmente empírico, ya que no podemos utilizar medida alguna eficaz y



real del valor «entretenimiento» de una película; pero sí podemos utilizar medidas arbitrarias e imaginarias que nos sirvan como *orientación*.



Para ello consideramos que una línea horizontal nos simboliza el tiempo que dura la proyección. A partir del punto O, que es cuando empieza la proyección, marcamos hacia la derecha el metraje de la película, que suponíamos es una cantidad cualquiera de metros. N. Desde el punto O, verticalmente hacia arriba, marcamos la «medida del interés» en una cantidad arbitraria cualquiera. Si el título de la película es extraordinario, interesante, algo que despierta curiosidad, el valor de *linterés I*, en ese momento O de empezar la proyección, será mucho más alto que el que nos proporcionaría B, un título chabacano o de poco interés, como, por ejemplo, «Cultivo de los pepinos». Si antes de la proyección se ha hecho algo de propaganda o se le ha dado algo de aire en la Prensa, etc., la posición A de ese punto estará más alta todavía.

Después de hacer un pequeño balance mental, elegiremos la línea OR como medida del interés que ya ha despertado la película de que se trata antes de empezar su proyección, y marcamos el punto P. En la marcha normal de una película cualquiera, representada por la línea de puntos, la medida del interés se sostendrá al principio, quizá aumente un poquito, pero poco a poco, según se va desarrollando la proyección; el interés irá, lógicamente, descendiendo; si la proyección se alarga lo suficiente, llegará un momento en que el interés será nulo, y si todavía continúa más tiempo la proyección, no solamente el interés no existirá, sino que se habrá producido un interés negativo, el aburrimiento, el cual medimos por debajo de la línea que nos representa la longitud o metraje de la película, en la línea OR. Es natural que nos interese mucho que el público no sólo no deje el local aburrido, sino que al terminar la proyección debe sentir hacia la película un interés que marcamos con la línea LM, la cual línea podríamos considerar como medida de la sonrisa en la cara del espectador cuando la película termina. Naturalmente, debemos tratar de que esta sonrisa sea lo más amplia posible, esto es, que

la línea vertical LM, que nos representa el interés en el momento final de la película, *no haya tenido tiempo de achicarse*, y, naturalmente, éste nos trae el concepto de que la película, para ser interesante, *debe ser corta*. Hacer una película educativa larga es aburrir a las personas que la van a ver y a oír.

Vamos ahora a analizar la proyección. Si además de un título interesante, ingenioso o gracioso, hemos podido desarrollar lo que se llama «la cola de títulos» de una manera algo original, ingeniosa, amena o con algo extraordinario, el interés subirá, como es natural (línea llena), en lugar de bajar, como es lo corriente cuando no se han utilizado recursos de esta naturaleza. De esta forma llegamos al momento en que *empieza realmente la acción*, y aquí tenemos varias maneras de poder realizar la atención y el interés del espectador. Una de ellas es *hacerle creer que nos hemos equivocado*. Muchos espectadores, quizá la mayoría, van al cine, y muy especialmente cuando se trata de películas hechas en España, con la sana intención de encontrar defectos, probablemente para darse la satisfacción de creerse más listos y más inteligentes que los autores de esa película. Si al principio de lo que podríamos llamar «acción de la película» ponemos algo que parezca que no tiene nada que ver con el tema de la película, ya tenemos preparadito al señor espectador para hacer una gran cacería de gazapos. Eso despierta su atención, y si entonces le hacemos ver que quien se había equivocado era él y que aquello que no parecía tener relación alguna con el tema de la película realmente le lleva como de la mano a meterle de lleno en el tema principal, aumentará su respeto hacia nosotros y la atención hacia la película que está viendo.

En la película que van ustedes a ver ahora, «Caricias a las naranjas», hemos tratado de empezar con una canción de cuna, con unos dibujos que simbolizan a las naranjas y son unos muñequitos de aspecto de bebé, a los cuales les echan los polvitos de talco en el trasero, les preparan el biberón, les visten muy bien vestiditos, les dan un piruli helado, etc., etc., y simultáneamente, en un cine pequeñito en el ángulo inferior de la pantalla, enseñamos operaciones con las naranjas, echarles desinfectante, abonar los naranjales, vestir las naranjas con pape-litos, etc., etc. Todo ello con un fondo musical de canción de cuna, y todo ello para encauzar la atención del espectador hacia una cosa casi infantil, casi empalagosa, pero inofensiva. Ese pequeño cine del ángulo inferior de la derecha de la pantalla es cosa que no han visto nunca, porque no creo que nunca se haya utilizado ese recurso en una cola de títulos; su atención, desde luego, se despierta, y encuentra que le están enseñando algo que jamás había visto. En esta forma llegamos al punto número 1 en la línea que nos representa la proyección de esta película, pero, en este momento, al terminar la cola de títulos, entramos en materia, y lo hacemos con algo que sea el mayor contraste posible con la atmósfera que hemos tratado de crear. Entramos en materia con tres explosiones de dinamita, subrayadas por unos compases de la «Novena

Sinfonía» de Beethoven, con máquinas perforadoras neumáticas, peñascos que se desgajan, trabajos de canteras, etc. Lógicamente, el espectador piensa: «Aquí han metido la pata.» Y es solamente cuando se ha preparado ya para su gran cacería de lepóridos, cuando se da cuenta de que lo que ha visto le lleva conducido, como se conduce a los turistas de la Agencia Cook, a la producción naranjera y al cuidado que se debe tener con las naranjas. Lo que nos lleva al punto 2. Aquí, lógicamente, debe empezar a declinar el interés del espectador, pero de vez en cuando metemos algún chiste (3), algún aparato que no haya visto (4), alguna manera un poco original de desinfectar los árboles (5), etc. Cada una de estas cosas es como una pequeña inyección, como un esfuerzo de abajo arriba que nos hace elevar la altura de la línea que nos va simbolizando el interés, y que en el caso de esta película podemos considerar es la línea P, 1, 2, 3, etc. Unas muñequitas que se convierten en guapas chicas (6), unos efectos de antiguo barómetro (7), de esos que ya raramente se encuentran en el mundo de la óptica, y por fin, una especie de simbolismo de nuestra exportación (8), hecho con naranjas y en una forma que hasta ahora no he encontrado nadie que haya descubierto cómo ha sido hecho, debe, en mi opinión, elevar esta línea, al punto que indicamos con números, y al terminar la película es de esperar que la altura de la línea L9, que nos mide el interés, sea aún bastante larga, y espero que después de ver la proyección haya alguna sonrisa en los labios que tengo ahora delante de mí.

\* \* \*

No siempre se pueden hacer películas sobre temas que se presten a enseñar belleza, cosas nuevas, etc. Hoy vamos a ver una película de tema agrio, totalmente desagradable, y antes hablaremos un poco sobre la manera de tratar de conseguir que una película hecha en esas condiciones no resulte demasiado aburrida.

El tema de la película que vamos a enseñar ahora es «El escarabajo de la patata». El animalito podrá quizá no ser del todo feo, pero la larva es horrorosa. Una película hecha a base de escarabajos y larvas no tiene más remedio que resultar monótona y aburrida, interesante tan sólo para los señores que se dedican al cultivo de la patata y que han encontrado estos desagradables huéspedes en sus patatales.

En el caso concreto de esta película, decidimos coger al toro por los cuernos y hacer una cinta con una lección muy en serio, pero presentarla lo más en guasa posible, con objeto de poder meter algún que otro chiste, algunas cosas absurdas, y de ese modo animar un poco lo que tenía, lógicamente, que resultar una obra pesada.

Lo primero que hemos hecho, siguiendo las indicaciones del gráfico anterior y teniendo en cuenta que, en el caso de una película sobre escarabajos, la línea del interés tiene que precipitarse rápidamente hacia cero, fué empezar con una presentación totalmente humorística, utilizar

algunas tomas de un Noticiero, hacer en el estudio unos planos sobre un fondo de nubes, de caída de escarabajos con paracaídas, y preparar un poco, así, el terreno a la lección sería.

Entonces se van mezclando las lecciones con la guasa, se enseña algo de lo que se debe hacer y de lo que no se ha hecho, se muestran procedimientos malos y procedimientos buenos de desinfección, y con dos primeros planos se hace ver por qué uno de los sistemas es malo y el otro es bueno.

Y ya cerca del final, para reavivar el interés, que puede haber decaído aplastado por la aridez del tema, utilizamos la pintoresca agonía de unos treinta escarabajos a los que ha sentado muy mal un postre de hexacloruro de benceno, la música de «La cucaracha» y de la «Danza macabra», de Saint Saens: parodiamos la letra de «La cucaracha» y presentamos «El ballet de la muerte», organizado por unos escarabajos agradecidos, para festejar el descubrimiento del nuevo veneno.

Y así se continúa la lección hasta que se termina la película con una nota de optimismo, que consiste en que, si se lucha, se vence, y un pequeño final, medio cómico, que enseña lo que realmente ha ocurrido en buena parte del campo español cuando se presentó esta plaga. Con lo que antecede creo que hasta y sobra para que puedan ustedes juzgar, no ya la película, que esa podrían ustedes juzgarla sin explicación alguna, sino el mayor o menor éxito conseguido en la aplicación de «las teorías» que nos han guiado, para planear su desarrollo.

Después de la película que acaban ustedes de ver, vamos a enseñarles otra, hecha también sobre un tema de insectos, pero de insectos amables, a los que todos nos sentimos atraídos, aunque ellos, alguna que otra vez, nos traten cruelmente. Me refiero a una película sobre «Abejas y colmenas».

El tema aquí es bonito: no hay más que dejarse guiar un poco por la fantasía, por las mismas abejas y por dos o tres asesores técnicos, que saben de apicultura mucho más de lo que aprenderán en su vida las propias abejas.

Hay en las películas un elemento que puede utilizarse desde el punto de vista didáctico, del cual solamente me he ocupado muy por encima. Me refiero a la música.

Todas las películas del ministerio de Agricultura están hechas sobre un fondo musical de música clásica, no de discos, sino de sexteto, y de sexteto excelente.

En todas ellas se ha tratado de que el ambiente de la pantalla esté reflejado en la música; esto es, escena pastoral con música pastoral; escenas de máquinas con ritmos muy movidos; el vuelo constante y el zumbido de las abejas con melodías del mismo ambiente, como acaban ustedes de oír; melodías que llevaban un ritmo semejante a lo que la pantalla enseñaba.

En la película que vamos a proyectar ahora, «Jardines», hemos tenido un cuidado muy especial con la música. La mayor parte de la película

lleva como fondo Beethoven en expresión de belleza. Esto va en casi toda la parte en que se enseña lo que se puede hacer con jardinería para embellecer un paisaje o una casa. Pero esa lección pudiera resultar larga y monótona, así es que ha sido cortada en dos trozos, se ha intercalado una serie de paisajes de otoño, de jardines de Aranjuez de estilo dieciochesco, que realza todavía más la música de Chopin, que por cierto tocaron los maestros de un modo maravilloso. Naturalmente, como la música era comentario suficiente, en ese trozo no va la voz de ningún locutor.

Hacia el final de la película se ha hecho algo que no he visto nunca en ninguna película, ni de España ni de fuera. No pretendo haberlo inventado y es posible que se haya utilizado muchas veces, pero sólo lo he notado en algunas películas de Walt Disney. Ello es que, en lugar de poner un fondo musical a la imagen, se ha hecho al revés, al fondo musical se le ha puesto una serie de imágenes, de manera que cada una coincida con una frase musical. Lo que vemos en la pantalla es un desfile de bellezas que, naturalmente, están simbolizadas por flores, mujeres bonitas, niñas, hojas de otoño que caen, etc. El fondo musical es una parte del Scherzo del Septimino de Beethoven, y sobre cada frase musical va montada una de las imágenes, de manera que al terminar la frase y empezar la siguiente hay un cambio en la pantalla. Realmente creo que eso no lo nota el público. No creo que el cinco por ciento de los espectadores se dé cuenta de lo que se ha hecho en ese trabajo de montaje. Pero sí puedo asegurarles a ustedes que he utilizado el mismo Scherzo de ese Septimino en otras dos películas, con un fondo igualmente de belleza, y no ha hecho a los espectadores el efecto que me han dicho una porción de personas que les ha hecho a ellas al presenciar la proyección de «Jardines». Ellos no sabían por qué, pero sí sabían que les había impresionado la exhibición de belleza en su composición con la música. Y creo que ya basta, que no hace falta más preparación para proyectar la película «Jardines».

\* \* \*

Podrá parecer, después de los párrafos en que he tratado de demostrar que el Cinematógrafo puede utilizarse como vehículo educativo, que mi entusiasmo por este nuevo elemento docente me hace ser demasiado optimista en cuanto a sus posibilidades.

Creo, sin embargo, que no soy excesivamente optimista en esta cuestión. En efecto, el Cinematógrafo sirve para enseñar, el Cinematógrafo enseña, el Cinematógrafo enseña bien y a las claras; pero no hay que esperar que una enseñanza que se obtiene cómodamente sentado en un sillón, mientras le tocan a uno música agradable y le enseñan cosas bonitas en la pantalla, van a ser conocimientos que van a echar raíces muy profundas. La raza humana tiene que ganar el pan con el sudor de su frente, y en los Cinematógrafos de hoy, tan bien refrigerados, la frente no suda. El Cinematógrafo es un magnífico elemento de enseñanza para

despertar la ambición por conocer más, para enseñar orientaciones en que no se había pensado, para presentar asuntos que, si despiertan interés en el espectador, tendrá él que estudiar después con libros, monografías y demás clásicos elementos de enseñanza.

Conste, pues, que el Cinematógrafo es elemento utilísimo en la enseñanza, pero tiene sus limitaciones, y éstas son muy grandes y no debemos dejarnos arrastrar por lo que es bonito, atractivo y agradable en detrimento de la *profundidad de los conocimientos*, y esa profundidad sólo se consigue mediante el trabajo, la concentración y la atención.

MARQUÉS DE VILLA-ALCÁZAR

Jefe del Departamento de Cinematografía  
del Ministerio de Agricultura