
LA HISTORIA DE LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE LOS DOCUMENTALES EDUCATIVOS: EL USO DE FILMS PROPAGANDÍSTICOS EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX¹

Josep Casanovas Prat²

Núria Padrós Tuneu³

Pilar Prat Viñolas⁴

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya

Introducción

Los filmes documentales, como cualquier otra producción cultural y artística, deben ser explicados en el entorno histórico en el cual fueron creados, porque carecen de sentido fuera de él. Entre los diferentes ámbitos que conforman este contexto general, la situación política y social predominante tiene una especial relevancia, en la medida que los documentales de la época estudiada se conciben como un medio de difusión, de movilización y de propaganda. Es preciso, por tanto, apuntar los trazos del período histórico en el que aparecieron los filmes estudiados.

Los documentales tienen un claro sentido interpretativo sobre algún fenómeno amplio, como la educación, las causas o el entorno de un acontecimiento. El documental es un género dentro del cine informativo que se creó a principios del siglo XX, durante las primeras décadas de este siglo, resulta difícil seguir la pista de la producción documental porque, al no tener un estilo o identidad propios, se confunde con los noticiarios y los reportajes sobre temas diversos.⁵ A pesar de esta indefinición de tipo más conceptual, como consecuencia de la inquietante situación política en Europa, durante los años treinta los noticiarios alcanzan su apogeo de audiencia, al ponerse distintas emisiones cinematográficas al servicio de la propaganda de Estado, en lo que se ha calificado como «un cine para la persuasión».⁶

1. Esta publicación se ha realizado con el soporte del proyecto de I+D+I, Programa estatal de investigación y desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad. Ministerio de Economía y competitividad: «Revisión y análisis de documentales propagandísticos y anuncios audiovisuales educativos producidos entre 1914-1939 en España» Ref: EDU 2013-48067-R

2. Contacto: josep.casanovas@uvic.cat

3. Contacto: nuria.padros@uvic.cat

4. Contacto: pilarprat@uvic.cat

5. PAZ, María Antonia; MONTERO, Julio: *Creando la realidad. El cine informativo 1895-1945*, Barcelona, Editorial Ariel, 1999, pp. 20-27. Hasta el período de entreguerras no se formulan las corrientes documentales básicas, con la formación de grandes escuelas que inspiran la producción posterior.

6. *Ibid.*, pp. 65-105.

Como ya sabemos, el primer tercio del siglo XX es una etapa convulsa, en la que se sucedieron conflictos bélicos, crisis económicas y tensiones sociales y políticas. En 1898, después de la pérdida de las últimas colonias de ultramar, España inició el siglo XX en una situación de profunda crisis política, económica y social. La debilidad política del centro español generó una revuelta de las provincias más activas, con la aparición de los regionalismos o nacionalismos periféricos.

Los años de la Primera Guerra Mundial, en los que España mantuvo una situación de neutralidad, proporcionaron una relativa prosperidad económica a nuestro país. La euforia económica, como consecuencia de la guerra, desapareció hacia finales de la misma para dar paso a una gran inestabilidad.

El período que comprende del año 1917 al 1923 ha sido calificado como «la época de los disturbios».⁷ Es una época de enorme confusión política, en seis años hubo numerosas crisis ministeriales, la cuestión regional vuelve a ser de nuevo aguda. El malestar social aumenta, son tiempos revolucionarios en los que se produce un apogeo del sindicalismo en los centros urbanos, que conseguirá que el gobierno admita la jornada laboral de ocho horas. Pero una patronal combativa pone en marcha el *locout*, o sea, el cierre de las fábricas para presionar a los obreros. El conflicto social está servido, aparece el pistolero, el del «sindicato libre» por parte de la patronal y el del «sindicato único» por parte del sindicalismo anarquista. En aquellas mismas fechas el problema marroquí recrudece, la región del Rif se subleva contra el dominio español. Miles de soldados mueren y el ejército español tiene dificultades para recuperar el territorio perdido.

Los disturbios sociales son aprovechados por el general Primo de Rivera para proclamar el 13 de setiembre de 1923 un «directorío militar», con el apoyo de las clases dirigentes y del ejército. Con la aceptación del rey, Alfonso XIII, empieza una fase de dictadura, que durará hasta el año 1930. La Dictadura de Primo de Rivera imitó de forma superficial al fascismo italiano, propuso ambiciosos proyectos de obras públicas y anunció un programa social que, siguiendo la moda italiana, pretendía suprimir la lucha de clases. A pesar de vivir unos años de prosperidad mundial, el régimen dictatorial no solucionó los principales problemas del país. Los obreros no notaron la prosperidad económica. Aunque la huelga estaba prohibida, se mantuvo el conflicto social. La supresión de la Mancomunitat de Catalunya, y la represión cultural agudizó el problema catalán.⁸ El fracaso político fue evidente, Primo de Rivera perdió el apoyo del ejército y se retiró a París. En los años 1930 y 1931, el general Berenguer relevó a Primo de Rivera en una fase de semidictadura que produjo la caída de la monarquía.

En la década de los años treinta continuaron los cambios y convulsiones, hasta provocar una guerra civil, que en España fue la antesala de la Segunda Guerra Mundial. En 1931 en España se instauró un nuevo sistema político: la República. Las elecciones municipales del 12 de abril de 1931 provocaron el hundimiento de la Monarquía y el triunfo de la República. Con la democratización política, una parte de la población esperaba ver realizadas sus peticiones, entre los agricultores, una reforma agraria que mejorase su situación, entre los obreros, unas mejoras laborales y sociales. Cataluña y el País Vasco

7. VILAR, Pierre: *Història d'Espanya*, Barcelona, Editorial Crítica, 1990, pp. 108-109

8. ROIG ROSICH, Josep M.: *La Dictadura de Primo de Rivera a Catalunya. Un assaig de repressió cultural*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1992.

esperaban una respuesta a sus aspiraciones nacionales y, entre algunos sectores de mujeres, una igualdad en derechos.

A través de una revolución democrática, se empezó una transformación de la sociedad con el establecimiento de modificaciones sociales y políticas. Pero estos cambios se vieron truncados cuando el julio de 1936 se produjo un golpe de estado con el apoyo de los sectores más inmovilistas que no podían aceptar las reformas que habían empezado. El intento de golpe de estado desencadenó la Guerra Civil, que en Cataluña fue acompañada por un intento revolucionario. La Guerra Civil terminó en 1939, con la derrota de los republicanos y la instauración de la Dictadura franquista.

En contraste con la agitación política y social existente, los documentales educativos del primer tercio del siglo XX en España muestran una cara diferente de la situación del país, la de la mejora de la educación a través de la intervención de instituciones públicas y privadas. Intentan reflejar los avances que se producían en el campo de la educación, y apenas dejan entrever las importantes deficiencias que había en ese terreno. La información que nos aportan las películas educativas es más un producto de propaganda que un reflejo de la realidad.

Entre la información educativa a través de películas, destacan los documentales que son un reportaje o crónica de la situación educativa, a través de una determinada imagen de la realidad. Es el caso del documental *Valencia, protectora de la infancia*, del año 1928.⁹ Se trata de una película realizada por Maximiliano Thous, por encargo de la Junta Provincial de Protección a la Infancia, con la colaboración del Ayuntamiento y la Diputación Provincial de Valencia para participar en la Quincena Internacional de protección de la Infancia y Acción Social celebrada en París en julio de 1928. Este documental muestra el trabajo de las instituciones valencianas en defensa de la infancia: asilos de huérfanos, hospitales infantiles y educación. Un documental propagandístico, que sobre la educación pone el acento en como los niños y niñas de la ciudad de Valencia recibían unos métodos pedagógicos avanzados en la época, con la utilización de la pedagogía Montessori, el método Dalcroze en educación musical o la práctica de la educación física.

De la propaganda y los contenidos artísticos

El uso de los documentales y noticiarios con fines propagandísticos debe enmarcarse en el auge que experimentó la publicidad en diversos ámbitos durante las décadas de 1920 y 1930. De dicha importancia, es un reflejo la ampliación de los servicios del Institut Psicotècnic de la Generalitat de Catalunya llevada a cabo el año 1932,¹⁰ de la que queremos destacar la apertura de la sección «Psicotecnica comercial y industrial», en cuyo seno apareció el Seminario de Publicidad destinado a impulsar la psicología publicitaria. Dicha sección, así como el seminario estaban dirigidos por Alexandre Chleusebaigue.¹¹

9. Disponible en la red: <http://ivac.gva.es/restauraciones/cine-valencia-2/no-ficcion/valencia-protectora-de-la-infancia/>

10. La reforma también supuso el cambio de nomenclatura del Instituto (antes llamado Institut d'Orientació Professional) aunque no cambió la dirección que continuó en manos de Emili Mira.

11. SÁIZ, Dolores y SÁIZ, Milagros: «El Seminari de Publicitat del Institut Psicotècnic de la Generalitat», *Revista de Historia de la Psicologia*, 19, 2-3, 1998, pp. 225-234. *La guerra civil a Catalunya. Informació i propaganda*, Barcelona, Ediciones Primera Plana, 1998.

En el *Butlletí Bimestral del Seminari de Publicitat* se declaraba que:¹²

«La sección de psicotecnia publicitaria del departamento de organización industrial y comercial del Instituto Psicotécnico de la Generalitat de Catalunya tiene abierto un servicio psicotécnico de publicidad científica para uso de casas comerciales e industriales de Catalunya, el cual libra consejos psicopublicitarios sobre todos los problemas relativos a la organización de las ventas y de la publicidad comercial, realiza análisis de mercado, globales y parciales, suministra informes analíticos para la estructuración de las campañas publicitarias, aconseja de la elección de los medios publicitarios adecuados al artículo, libra dictámenes sobre la eficacia de los medios gráficos de publicidad elaborados y orienta en su elaboración».¹³

Aunque no hemos hallado, aún, pruebas sobre el papel que esta sección tuvo en las distintas campañas del «Segell Pro Infància», nos interrogamos hasta qué punto asesoró al Comité Central que era el encargado de la campaña global en el diseño de la campaña publicitaria que rodeó la iniciativa y de la cual hablaremos más adelante.

En la sección «Psicotecnia comercial e industrial» colaboraba, activamente, Pere Català i Pic el cuál, posteriormente, pasó a dirigir la «Sección de Ediciones del Comisariado de Propaganda». El 5 de octubre de 1936 en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, sale publicado el Decreto de creación de dicho Comisariado, que depende, directamente, de la Presidencia de la Generalitat y cuyo fin es: «conseguir, sobretodo en estos momentos y en sentido totalitario, la elevación cultural y física de nuestro pueblo y difundir el conocimiento a todo el mundo».¹⁴ El Comisariado tendrá las siguientes actividades: «propaganda en el frente y en la retaguardia escrita, hablada, gráfica, artística y deportiva». El decreto entiende por propaganda escrita los periódicos, libros, opúsculos y carteles, entre otros; por propaganda hablada se considera a los mítines, conferencias, radio, discoteca, canciones, espectáculos líricos y dramáticos y organización de festivales; en la propaganda gráfica se incluye la fotografía, el cine, y la televisión; por propaganda artística se entiende la organización y estímulo de ferias y concursos y por propaganda deportiva, la organización de grandes manifestaciones que enaltezcan y estimulen la cultura física mediante todos los deportes.¹⁵

Una de las publicaciones impulsadas por la sección que dirigía Pere Català Pic fue *Nova Ibèria*. En el número 2 de dicha revista dedicado íntegramente a la asistencia social, encabeza el número un breve escrito del Consejero de Sanidad y Asistencia Social P. Herrera en el que se puede observar el fin propagandístico y de ensalzamiento del trabajo, en claro beneficio de las ideas del gobierno:

12. Todas las citas literales que aparecen en el texto han sido traducidas del catalán.

13. *Butlletí Bimestral del Seminari de Publicitat*. Vol. 1, 1, 1933 p. 1.

En el mismo boletín se anunciaba que era la «primera revista en Europa dedicada a la psicología de la publicidad y de los negocios» más allá de si fue pionera o no, la publicación confirma la vitalidad con la que arrancó el seminario.

14. «Decret de 5 d'octubre creant la Comissaria de Propaganda de la Generalitat de Catalunya.» *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, IV, n. 279, 1936, p. 65.

15. El mismo decreto nombraba como Comisario de Propaganda el Sr. Jaume Miravittles Navarra.

«Esta [refiriéndose a las inversiones en instituciones de Asistencia Social catalanas] es la primera conquista que se ha obtenido con el movimiento revolucionario inicial y que destacamos en nuestras manifestaciones públicas con toda la importancia que tiene, que es la base fundamental de todas aquellas victorias que conseguimos y que conseguiremos en este orden de cosas».¹⁶

En el mismo número aparece un artículo dedicado al «Segell Pro Infància» firmado por Antoni Alier Torrents (jefe de los servicios del sello) en el que se presentaban los logros conseguidos gracias a las campañas anteriores a través, básicamente, de fotografías, y se instaba a los ciudadanos y ciudadanas a participar en la cuarta campaña.¹⁷ El escrito utiliza un lenguaje del mismo talante propagandístico que el mensaje anterior, tal y como se puede observar en el siguiente fragmento: «Bajo el patrocinio de la Generalitat funciona el Segell Pro Infància (...) crea guarderías para los niños, las madres de los cuales por el hecho de tener que ganarse el jornal no pueden cuidarlos y preventorios con locales de condiciones sanitarias adecuadas».¹⁸

La propaganda y el higienismo

Paralelamente al auge de la publicidad, en las primeras décadas del siglo XX aumenta el interés de introducir nuevas pautas de conducta en las personas con el objetivo de mejorar la salud general de la población. Dicho interés no era del todo nuevo pues ya desde finales del s. XIX se trató de analizar y combatir problemas de salud pública como, por ejemplo, la mortalidad infantil o la lucha contra la tuberculosis, pero en nuestro contexto es a partir de 1904, con la Instrucción General de Sanidad, cuando el fomento de la educación para la salud adquiere más relevancia y se consolida durante las décadas de 1920 y 1930. Aunque en un primer momento los canales usados serán, básicamente, conferencias, charlas y escritos, pronto el cartelismo, la radio y el cine verán incrementada su importancia como herramientas de difusión de las ideas higienistas por considerar que pueden llegar a un público más amplio. Son distintas las áreas de intervención del higienismo durante estas décadas, aunque quizá las más destacadas fueron la prevención de las enfermedades venéreas (que vivió un auge importante durante los años 20 y 30), las recomendaciones para evitar la mortalidad infantil, y la lucha contra la tuberculosis.¹⁹

16. HERRERA, Pere: «Al servei del poble. Igualtat» *Revista Nova Ibèria*, 2, 1937, p. 9.

17. Dicho artículo es el que nos ha llevado a considerar muy probable la relación y el asesoramiento de los profesionales del Seminario de Publicidad a las personas encargadas de la campaña del «Segell Pro Infància».

18. ALIER, Antoni: «Segell Pro Infància» *Nova Revista Iberia*. *op. cit.*, p.35

19. MOLERO, Jorge: «La tuberculosis como enfermedad social en los estudios epidemiológicos españoles anteriores a la guerra civil», *Dynamis: Acta Hispanica ad Medicinae Scientiarumque. Historiam Illustrandam*, 9, 1989, pp. 185-223

PERDIGUERO, Enrique: «La salut a través dels mitjans. Propaganda sanitària institucional en l'Espanya dels anys vint i trenta del segle XX», *Mètode: Revista de difusió de la investigació de la Universitat de València*, 59, 2008, pp. 60-69

PERDIGUERO, Enrique, BALLESTER, Rosa y CASTEJÓN, Ramon: «Films in Spanish health education: The case of child health (1928-1936)», *Hygiea Internationalis*, 6(2), 2007, pp. 69-97.

Es en este contexto de lucha contra la mortalidad infantil y contra la tuberculosis que aparece la iniciativa del «Segell Pro Infància».²⁰ Dicha iniciativa nace en 1933, amparada por la Generalitat de Catalunya pero con un gran protagonismo de la sociedad civil catalana, con el fin de promover la asistencia a la infancia y disminuir la mortalidad infantil.²¹

La campaña del «Segell Pro Infància»

Las campañas del «Segell Pro Infància» se llevaron a cabo entre los años 1933-1937. Los objetivos de dichas campañas, según el análisis que hemos realizado, tenían una triple vertiente. Dos de ellas eran explicitadas directamente, mientras que la tercera era implícita a la campaña. Las dos vertientes explicitadas eran por un lado, la educativa, y, por el otro, la recaudatoria, mientras que la implícita es la vertiente propagandística.

La vertiente educativa

En cuanto a dicha vertiente, el mismo secretario del sello, el Sr. Trias Maxencs, destaca la necesidad de que todas las personas tomasen consciencia de nuevos hábitos de salud para, de esta forma, prevenir las enfermedades que podrían tener consecuencias, muchas veces mortales:

«El sello ha de encarrilar su tarea de difundir por toda Catalunya las recomendaciones de higiene social e infantil, por medio de la imagen, radio, films, prensa, folletos, conferencias, etc. hasta que el pueblo esté saturado de estas recomendaciones y las cumpla de la manera más natural, sin esfuerzo, incorporadas a su ritmo de vida.»²²

El mismo autor considera que:

«el sello por si mismo tiene ya un sentido educativo, porque con él se produce una corriente de solidaridad social y se recuerda la necesidad de ir a la ayuda de los que lo necesitan, así como recordar a todos que para la higiene se trabaja contra la mortalidad y se labora para un mejor bienestar de la humanidad.»²³

20. Tenía como modelo el sello creado por el cartero danés Eïner Holböll que se vendía durante el mes de Navidad y cuya recaudación se destinaba a la lucha contra la tuberculosis infantil. (ALIER, *op. cit.*).

Durante las cuatro ediciones de la campaña se recaudaron fondos suficientes para crear, el primer año, una guardería en Sant Andreu; una Guardería en Terrassa, el segundo y, en el tercero, un preventorio en Arenys de Mar. (TRIAS MAXENCs, Alfons: «El segell pro infancia a Catalunya», *La Medicina Catalana*, VII, n. 43- 44, 1937, pp. 506-511).

21. FERNÁNDEZ SORIA, Juan Manuel: «La asistencia a la infancia en la Guerra Civil. Las colonias escolares», *Historia de la Educación*, 6, 2010, pp.83-128.

22. TRIAS MAXENCs, *op.cit.*, p. 511

23. *Ibíd.*, p.509

La vertiente recaudatoria

Otra parte importante de la campaña era captar fondos para construir preventorios, sanatorios, dispensarios de puericultura antituberculosos o guarderías. En estas últimas «los niños, además de ser asistidos, son motivo de constante vigilancia, y donde se instruye a sus madres en la forma en que tienen que cuidar a sus hijos»,²⁴ hecho que también enlaza con la vertiente educativa anteriormente presentada.

La vertiente propagandística

La propaganda en este caso iba dirigida a ensalzar los logros del gobierno como coordinador de la campaña y, también con una clara intención de focalizarse en la identidad nacional. De hecho, el mismo Maxenc destaca que la campaña tiene un sentido nacional y, al mismo tiempo local. Esto también se refleja en las acciones concretas que se desarrollan en el marco de la campaña. Por un lado, se organizan acciones a nivel nacional como, por ejemplo, concursos de carteles, la realización de un film propagandístico (del que hablaremos más adelante), la elaboración de folletos con instrucciones para los niños y niñas y sus madres, etc. Al mismo tiempo, los comités locales organizan acciones en el ámbito de su pueblo o ciudad. Un ejemplo de estos últimos es el que se organizó en Sant Feliu de Llobregat el año 1935: El Sorprendente Festival Infantil. En este festival estaba programada una chocolatada con pastas, juegos infantiles y una «espesa lluvia de chocolatinas Nestlé». Para acceder al festival era necesario adquirir dos sellos al precio de cinco céntimos cada uno.²⁵

De los materiales que hemos estudiado hasta el momento se desprende que las campañas más locales se basaron, principalmente, en la organización de fiestas y actos populares, mientras que la campaña realizada a nivel global utilizó en mayor medida recursos artísticos para su proyección, de los cuáles hemos querido centrarnos en el film que se llevó a cabo para la campaña de 1935.

El film «Segell Pro infància»

El título del film estudiado es *Segell Pro Infància* (aunque también aparece nombrado como *Segell català Pro Infància*). La producción es de la Generalitat de Catalunya, el año, 1935.²⁶ La duración de dicha pieza es de seis minutos y cincuenta y cuatro segundos. Está realizado en película de 35 mm y en blanco y negro.

Este film es un claro reflejo de todo lo comentado hasta el momento. En primer lugar se pueden observar las tres vertientes antes comentadas: educativa, recaudatoria y propagandística, todo ello envuelto en una creación artística que utiliza metáforas,

24. *Ibid.*, p.511

25. Arxiu Comarcal del Baix Llobregat, Fons de l'Ajuntament de Sant Feliu de Llobregat, expedient de la II Campanya del Segell Pro Infància de Sant Feliu de Llobregat, gener-febrer 1935. Accesible en: http://xac.gencat.cat/web/content/xac/01_continguts_arxiu_comarcals/ac_baix_llibregat/01_home_acbl/actualitat/joana_raspall_4/doc3.pdf [consulta: 18-02-2015].

26. Según la Filmoteca Española el film se produjo el 1934. No obstante los distintos datos obtenidos a través de la bibliografía señalan como fecha de producción la de 1935.

iconografías, juegos de luces, cambios de ritmo, y texto incrustado. El film nos muestra lo deseado y lo indeseado, y a través de todo ello pretende convencernos sobre las consecuencias que sufriremos o gozaremos en función de si aceptamos o no el mensaje.

Aunque entraña grandes dificultades la separación milimétrica de como se reflejan en la pieza analizada cada una de las vertientes y qué tipo de recurso artístico les acompaña, hemos analizado el film con estos dos aspectos como punto de partida. Para el análisis, hemos dividido el cortometraje en 5 fragmentos en función de la vertiente principal con la que se relaciona:

- El primer fragmento tiene una duración de 58". Corresponde a la intencionalidad educativa. Se presenta una situación problemática de los niños y las niñas a partir del visionado de escenas de la vida cotidiana. Los recursos artísticos con los que se juega en este fragmento dan una visión general de oscuridad: los niños visten ropas oscuras, no hay planos cortos, la luminosidad es baja, las imágenes son figurativas. El texto que acompaña dichas imágenes nos presenta una infancia abandonada, enferma, y que vive en condiciones insalubres con un alto índice de mortalidad.
- El segundo fragmento tiene una duración de 60" y corresponde a la intencionalidad propagandística. Los recursos artísticos utilizados parten de un ritmo rápido, junto a una luminosidad media y a imágenes metafóricas. Muestran escenas urbanas, industrias, trenes, mercados: progreso. El texto que lo acompaña habla de un pueblo lleno de vida, energía y trabajo.
- El tercero tiene una duración de 79", la intencionalidad es educativa y, al igual que en el primer fragmento, nos muestra las consecuencias de la no acción. Los recursos artísticos comprenden, también, una baja luminosidad, y en este caso imágenes metafóricas e iconográficas (un reloj por delante del cual se balancea una guadaña) con un ritmo de sucesión de las imágenes lento y acompasado. Se presentan imágenes de espacios abandonados y en ruinas. El texto hace referencia al intervalo de tiempo (cada media hora) en el que muere un niño.
- El cuarto tiene una duración de 123" y hace referencia a la intencionalidad propagandística. Se muestran imágenes de edificios construidos a través de las ayudas recibidas gracias a las campañas anteriores, niños sonrientes jugando en y en la naturaleza. Los recursos artísticos empleados tienen una luminosidad alta (los niños visten de blanco), planos cortos, imágenes figurativas y metafóricas y el ritmo es medio. El texto cuenta que las imágenes que el espectador contempla son posibles gracias a la campaña.
- El último fragmento tiene una duración de 89", su intencionalidad es recaudatoria. Las imágenes que se muestran son la guadaña que, al chocar contra una moneda, detiene su balanceo; caras risueñas de niños y niñas, y un recordatorio de como canalizar las aportaciones monetarias. Los recursos artísticos contrastan con luminosidades altas y bajas que resaltan, básicamente, el sello; utiliza imágenes iconográficas, metafóricas y figurativas. Se acompaña con un texto que refuerza que las aportaciones son la mejor protección para los niños y se emplea el nombre de «cruzada» para referirse a la campaña, reforzando, así, la idea de la importancia de la colaboración.

Así pues, los recursos artísticos actúan como contraste acompañando distintos tipos de mensaje. Cuando el mensaje que se quiere presentar es de índole propagandístico, la iluminación, los planos cortos y los vestuarios claros toman una especial relevancia, contraponiéndose a los mensajes de tipo educativo para concienciar a la población sobre el problema: se utilizan luminosidades bajas, planos más generales y vestidos oscuros. En el caso de la vertiente recaudatoria se utilizan y combinan recursos artísticos de toda índole, y se unifican a modo de conclusión del film.

Si bien la idea propagandística entreteje los distintos fragmentos, cobra un especial significado cuando las imágenes son positivas remitiendo a lo que se puede conseguir con esa conciencia nacional a la que se interpela y es donde la influencia de la corriente higienista se muestra más gracias a la iluminación y a la limpieza que transmiten dichas imágenes.

Regresando, pues al período en el que se realizó el film, se vende no sólo la necesidad de comprar el sello sino, también, los avances realizados con el esfuerzo del pueblo, aspecto que se utiliza para reforzar la identidad nacional y que de acuerdo con las finalidades del decreto de presidencia sobre la creación del Comisariado de Propaganda comentado anteriormente sirve para divulgar y enaltecer el trabajo, en este caso, de la misma Generalitat. Dicho aspecto está muy en consonancia con filmes documentales anteriores como el producido en Valencia, ya comentado en esta comunicación, o con filmes propagandísticos posteriores como pueden ser el NO-DO y otros similares de la época de la dictadura franquista.