

De naturalezas muertas en la obra cinematográfica del Marqués de Villa Alcázar *

About Still Lives in the Cinematographic Work of the Marquis of Villa Alcázar

ANA MELENDO CRUZ

Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Córdoba. Pza. Cardenal Salazar, 3.
14071 Córdoba

aa1mecra@uco.es

ORCID: 0000-0001-8985-6830

Recibido: 03/05/2017. Aceptado: 20/07/2017

Cómo citar: Melendo Cruz, Ana: “De naturalezas muertas en la obra del Marqués de Villa Alcázar”, *BSAA arte*, 83 (2017): 291-310.

DOI: <https://doi.org/10.24197/bsaaa.83.2017.291-310>

Resumen: La presencia de naturalezas muertas en la obra documental del Marqués de Villa Alcázar resulta más que significativa si tenemos en cuenta que aparecen en casi la totalidad de su filmografía. Bajo esta premisa, este trabajo quiere ocuparse de definir cómo funcionan algunas de ellas teniendo en cuenta dos tipologías muy concretas: la naturaleza muerta con un valor moralizante y aquellas otras destinadas a la publicidad.

Palabras clave: cine documental; Marqués de Villa Alcázar; naturalezas muertas; publicidad; moral.

Abstract: The presence of still lifes in the documentary work by the Marquis of Villa Alcázar is more than significant if we consider their presence in almost his entire production. Having in mind this premise, this article aims to define how some of these still lifes worked taking into account two very specific typologies: the still life with a moralising value and others intended towards publicity.

Keywords: documentary film; Marquis of Villa Alcázar; still lifes; publicity; moral.

INTRODUCCIÓN

La notable presencia de naturalezas muertas en la obra de Francisco Jesús González de la Riva (Cádiz, 1885-Madrid, 1967), marqués de Villa Alcázar,

* Este trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación *La obra del marqués de Villa Alcázar (1934-1966): un eslabón necesario en la historia del documental cinematográfico en España* del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Ministerio de Economía y Competitividad (referencia HAR2013-44310-P). Fechas: 2013-15. Investigador principal: Pedro Poyato Sánchez.

parece incuestionable cuando deteniéndonos solo en la epidermis, esto es, sin necesidad de profundizar en su filmografía, nos encontramos con títulos tan sugerentes en este sentido como: *Naranjas, limones y pomelos* (1945), *Jardines* (1950), *Tomates de invierno* (1953) o *Flores* (1959). Y es que, de los numerosos recursos plásticos que el cineasta emplea en la elaboración de sus documentales podríamos decir que un elemento a tener en cuenta es el uso recurrente, como veremos, de este género artístico.

Este singular cineasta e ingeniero agrónomo gaditano inicia una primera fase documentalista en 1933 con su nombramiento como Jefe de Sección de Publicidad y Publicaciones del Instituto de Reforma Agraria de la Segunda República que se ve truncada tras su detención, en 1936, bajo la acusación de pertenecer a la movilización de la J.A.P. Después, emprende una segunda fase en el Ministerio de Agricultura que se consolida en 1940 cuando él mismo crea el Servicio de Cinematografía adscrito a la Sección de Publicaciones, Prensa y Propaganda del Ministerio. Desde el comienzo de su trayectoria profesional, el Marqués no cesa en su empeño de realizar una “labor pedagógica” que pasa por una de las creaciones cinematográficas más extensas y fructíferas en cuanto a lo que al documental agrario en España se refiere.

Concebidas por el propio autor como “charlas cinematográficas” dirigidas, aparentemente,¹ a la población rural, las cerca de setenta películas realizadas por el Marqués se empeñan, fundamentalmente, en servir de documentos pedagógicos basados en material etnográfico, “muy teñido –como explica Eduardo Rodríguez Merchán– de la ideología dominante en esas etapas históricas”.² Por eso, adentrarnos en el estudio de la producción cinematográfica documental del Marqués significa sumergirnos en un mundo mucho más complejo de lo que *a priori* podría parecer. Y es que, más allá de la importancia que el propio cineasta otorga al cine como género divulgativo y formativo, la obra fílmica de González de la Riva se revela como fuente inestimable para detectar las marcas de un tejido ideológico, afín al régimen franquista, que se descubre en las imágenes que constituyen el *corpus* fílmico de este cineasta. El posicionamiento ideológico del Marqués resulta claro cuando refiriéndose a las primeras películas que componen su producción cinematográfica declara lo siguiente en una entrevista realizada en 1943 por Juan Lagarma:

Las primeras películas hechas bajo mi dirección fueron *El barbecho*, *Abonos* y *Semillas*, realizadas antes de nuestra guerra de liberación. El año 1940 expuse al Subsecretario de Agricultura y a la Junta Asesora de Publicaciones y Propaganda de dicho Ministerio la idea de impulsar la realización de películas educativas,

¹ Según Agustín Gómez Gómez, “hay algunas dudas no del todo resueltas sobre a quién van dirigidas las obras del Marqués, y por extensión del Ministerio de Agricultura”. En Gómez Gómez (2015): 40.

² Rodríguez Merchán (2013): 10.

cortas y sonoras, que considero como el mejor medio de divulgación para enseñar y aconsejar a quienes viven por entero en el medio rural y entre quienes hay, desgraciadamente, un elevado tanto por ciento de analfabetismo. Más eficaz que la lectura de un folleto, por muy sencilla que sea la forma de expresión que en él se emplee, es la proyección de unos metros de película, porque así el hombre de campo ve y oye al mismo tiempo lo que le interesa aprender.³

De la expresión “nuestra guerra de liberación” se desprende el posicionamiento ideológico del Marqués y la necesidad de “enseñar y aconsejar” a una población lo suficientemente maleable debido al alto grado de analfabetismo que la caracteriza.

En este sentido, la obra del Marqués de Villa Alcázar ha sido objeto de algunos estudios previos⁴ en los que se insiste, de manera contundente, en la carga ideológica que subyace en su filmografía alejándose, como tendremos ocasión de comprobar, del formato clásico para inscribirse en otro en el que, a través de determinados aspectos, propios del mundo rural, se desmenuzan numerosos referentes históricos, sociológicos, económicos o antropológicos, todo ello a través de una riqueza formal que los hace merecedores de su estudio, también, desde un punto de vista artístico.

Con el objetivo de ir centrando nuestra atención en el tema que nos ocupa, diremos que ese mensaje adoctrinador lleva aparejados una serie de mecanismos que, convenientemente activados en el discurso fílmico del Marqués, se convierten en rasgos de estilo definidores de la obra de este cineasta. Entre ellos, y como más destacados, el uso de la parábola⁵ y el empleo de las naturalezas muertas. En este sentido, conviene subrayar que según el cineasta:

Lo primero es la charla que encierra la lección que cada película lleva, porque el Ministerio no hace películas como espectáculo sino como enseñanza. Y luego, la misión de la cámara es recoger imágenes que apoyen, con su ejemplo, la lección de la charla.⁶

Por eso, con la excusa primera de enseñar a los agricultores, en aras de una mejora de la economía española, cómo aprovechar mejor los recursos naturales y técnicos el cineasta construye, a partir de este género, un universo plástico mediante el cual transferir al público unos conocimientos agropecuarios que

³ Lagarma (1943): 50-52.

⁴ Gómez Tarín / Parejo (coords.) (2013).

⁵ Así se refiere el propio Marqués a ello: “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*”. En Villa Alcázar (1951).

⁶ Lagarma (1943): 51.

combinan a la perfección la pedagogía rural, la ideológica y el arte. No es de extrañar entonces la presencia de naturalezas muertas en todos sus documentales, de los cuales, en algo más de veinticinco, aparecen con un carácter especialmente marcado.

Desde este presupuesto de partida podríamos fijar algunas tipologías que faciliten la comprensión del discurso cinematográfico del Marqués en el sentido que nos ocupa. Nos vamos a centrar concretamente en dos de ellas, en aquellas de naturaleza moralizante y en las de índole publicitaria por tratarse de las más eficaces a la hora de comprender el proceso adoctrinador y propagandístico, y por el ineludible componente plástico que confieren al “universo estético” del cine del Marqués de Villa Alcázar.

1. PRESUPUESTOS TEÓRICOS

Debido a ese carácter simbólico y misterioso que ha determinado, sobre todo en algunas épocas, las llamadas “naturalezas muertas”, han sido muchos los investigadores que se han aproximado al estudio de las mismas desde diferentes tendencias metodológicas, algunas de ellas, tal y como critica Jonathan Brown en su libro *Imágenes e ideas en la pintura española del siglo XVII*, demasiado uniformes.⁷ Los profesores Pérez Lozano y Urquizar Herrera señalan cómo, efectivamente, “en este panorama resultó extremadamente novedosa la obra aludida de Jonathan Brown [...] Esta obra, junto a la de Julián Gállego, *Visión y símbolos en la pintura española del Siglo de Oro*, abrieron nuevos horizontes a los historiadores”.⁸

La metodología de Brown, denominada por él mismo como “historia contextual” aborda dos aspectos igualmente relevantes, por un lado el autor explica la necesidad de detenerse en la forma, y por otro considera la importancia del carácter histórico-ideológico de la obra de arte, de tal manera que, “tanto lo formal como lo ideológico tienen cabida en la interpretación resultante que debe ofrecer una expresión adecuada de los gustos estéticos y la mentalidad de una época, resaltando así el valor que la plástica tiene para la Historia”, como lo expresan Pérez Lozano y Urquizar Herrera.⁹

La aplicación de estos nuevos presupuestos metodológicos de Brown a la obra velazqueña supone, como nos recuerda Martín González, un giro en torno a la investigación en Historia del Arte¹⁰ que influye decisivamente en numerosos estudiosos de la pintura de bodegón procedentes, sobre todo, del ámbito anglosajón, que, aunque parten de presupuestos comunes obtienen, curiosamente, como anotan Pérez Lozano y Urquizar Herrera, interpretaciones

⁷ Brown (1981): 13-29.

⁸ Pérez Lozano / Urquizar Herrera (2001): 1467.

⁹ Pérez Lozano / Urquizar Herrera (2001): 1468.

¹⁰ Martín González (1986): 552.

notablemente dispares.¹¹ Esa diversidad de resultados, seguramente, son consecuencia de la intervención del receptor en la obra de arte, entendiendo que el proceso de comunicación entre esta y el espectador no finaliza hasta que dicha obra no se recibe y se decodifica “oportunamente”.

Si traemos a colación estos conceptos es porque, además de armazón previo que nos va a resultar esencial para explicar algunos de los planteamientos ideológicos y estéticos de la obra del Marqués de Villa Alcázar desde muestra perspectiva teórica, resultan apropiados para entender cómo funcionan las naturalezas muertas en su filmografía. Lo que pretendemos demostrar es que la sombra de este género, tan arraigado en la tradición artística de nuestro país, se prolonga hasta épocas recientes en ejemplos como la obra del Marqués, quien retoma ciertas funciones destacadas, como el uso moralizante que subyace en algunas obras de este tipo, encaminadas a restaurar muchos de los arquetipos promulgados por el Nuevo Régimen basados en modelos reaccionarios, con un fuerte componente religioso, que encuentran en “el nuevo hombre” del nuevo estado uno de sus pilares más consistentes. Como vemos, la incorporación del receptor en este proceso artístico resulta especialmente interesante si tenemos en cuenta el carácter pedagógico que define la obra de este cineasta.

En este sentido se entiende que los documentales objeto de estudio se presentan como espacios textuales complejos capaces de suministrar unos datos que van más allá del contexto histórico o la biografía del autor. Por tanto, es posible abordar un estudio de la obra del Marqués, deteniéndose en la escritura, la ordenación y la sistematización de los elementos que determinan las formas fílmicas de sus documentales, para así esclarecer el tipo de discurso que esta obra moviliza. De este modo no podemos olvidarnos, por lo fructífero de la labor, del entramado de intertextualidades o “polifonía” textual en términos de Bajtín,¹² más allá de la intencionalidad o no del autor¹³ que tiene lugar en la filmografía de González de la Riva. Desde esta perspectiva, el estudio comparado de distintos universos ficcionales, a saber la pintura y el cine, fundamentalmente, permiten arrojar luz sobre la génesis del discurso fílmico del Marqués de Villa Alcázar y el más que destacado papel, como veremos, de las naturalezas muertas en la obra de este cineasta.

2. TRADICIÓN, DOCTRINA Y CINE

Según Agustín Gómez, “hay algunas dudas no del todo resueltas sobre a quién van dirigidas las obras del Marqués –y, por extensión, del Ministerio de

¹¹ Pérez Lozano / Urquizar Herrera (2001): 1468.

¹² El término intertextualidad deriva de la noción bakhtiniana de dialogismo, definida por su autor como “la relación necesaria de cualquier expresión con otras expresiones”. Bakhtin (1981): 37.

¹³ Riffaterre (1979).

Agricultura”¹⁴ y es que, aunque las películas de González de la Riva se centren en divulgar conocimientos agropecuarios que sirvan a las poblaciones rurales, la España franquista, principalmente durante sus dos primeras décadas, no reúne los medios de exhibición adecuados, sobre todo, en el medio rural. De ahí que, como explica el profesor Gómez, “algunas de las referencias que tenemos eran de la buena acogida en lugares como Bilbao o Madrid, no precisamente rurales”.¹⁵

Teniendo en cuenta lo anterior y sabiendo que el Marqués de Villa Alcázar pone sus documentales, en ocasiones, a disposición de algunas de las instituciones más importantes del franquismo, como la Organización Sindical Española (OSE), como medio propagandístico, y que su obra también pasa por el tamiz de la censura,¹⁶ cabe pensar que los elementos discursivos activados por el cineasta deben cumplir con las expectativas de los receptores a los que, en origen, iban dirigidos. Algo, por otra parte, común a cierta tradición pictórica, en la que los artistas de este género, “preocupados –como aseguran Pérez Lozano y Urquizar Herrera– por la degradación moral de una sociedad que necesita de regeneración”,¹⁷ aglutinan en su obra una serie de elementos singulares que definen y formulan un medio crítico centrado en la necesidad de reformar numerosos aspectos sociales.

Aunque sea de manera sucinta, cabe señalar que la extensa obra de González de la Riva –cerca de setenta películas cuya realización arranca en el año 1934 y finaliza en 1966– abarca una de las etapas más convulsas, conflictivas y apasionantes, desde el punto de vista histórico, de España, de tal manera que, siguiendo el rastro de algunos de los elementos comunes en su filmografía, como el uso de las naturalezas muertas, los documentales del Marqués permiten fijar una comparativa con la Historia de España en sus fases de establecimiento, desarrollo y decadencia de la Dictadura franquista que admite rastrear en estas películas los cambios surgidos en la sociedad española y en el público al que iban dirigidas estas películas.

El análisis específico de algunas de las naturalezas muertas que aparecen en la obra documental del Marqués arroja luz, como veremos en lo que sigue, sobre las características socioeconómicas y culturales de una España pasiva,

¹⁴ Gómez Gómez (2015): 40.

¹⁵ Gómez Gómez (2015): 40.

¹⁶ Algunos de sus trabajos se vieron mutilados por la censura. Tal es el caso de la primera versión de *Charla cinematográfica sobre la siembra* (1934), idéntica, como muy bien señala Fernando Camarero, a la *Charla cinematográfica sobre las semillas* de 1941, salvo porque en la segunda cinta la imagen sensual del torso semidesnudo y labios entreabiertos de una joven es sustituida por la de un chico de pecho henchido que distorsiona por completo el mensaje original de la cinta, por mucho que ambas, mediante el uso de la parábola, se refieran a cómo ha de respirar la tierra antes de poder sembrar en ella. Camarero (2014): 52.

¹⁷ Pérez Lozano / Urquizar Herrera (2001): 1470.

represora y triunfalista en la que el cine puede convertirse en un instrumento legitimador de la dictadura.

2. 1. Naturalezas muertas moralizantes

Nos recuerda Francisca Pérez Carreño en su ensayo “El valor moral del arte y la emoción” que:

La mayoría de las obras sirven a otras funciones, además de la estética: no solo las obras de ingeniería o arquitectura poseen utilidad; también la música, la pintura o la escultura, por no decir, el cine o el cómic, pueden servir a intereses como el entretenimiento, el adorno, el recuerdo, la propaganda, etc. Ciñéndonos a la cuestión de la moralidad, incluso si la función del arte en la vida individual o social no es reducible a su función ética o política, es obvio que muchas obras de arte concretas sí tienen interés moral: encarnan opciones políticas, puntos de vista críticos o convencionales, o iluminan sobre conflictos éticos o políticos o sobre el sentido de la vida.¹⁸

Esto es lo que ocurre en algunos de los textos que nos ofrece el Marqués de Villa Alcázar en los que se hace uso de técnicas ampliamente consagradas en un género pictórico como la representación de naturalezas muertas. El discurso moralizante no es difícil de hallar en la filmografía de un cineasta cuya labor documental viene posibilitada por el aparato de Prensa y Propaganda de la dictadura. Sirvan como evidencia los pocos ejemplos que veremos en lo que sigue.

El barbecho (1941), una de las primeras películas realizadas por el cineasta,¹⁹ quiere, desde un punto de vista agrícola, explicar a los campesinos la importancia de barbechar la tierra con la finalidad de obtener mejores resultados. Desde el comienzo, el film utiliza escenas de bodegón con la intención de ilustrar una idea. Pongamos por caso el episodio en el que se muestra un plato y una olla que aparecen junto a una porción de tierra barbechada y otra que no lo está mientras la voz narradora²⁰ aclara las ventajas de esta tradicional técnica agrícola, de manera que, a la vez que se van llenando los dos utensilios de agua, la voz *over* indica cómo, “el suelo del rastrojo es como un plato que enseguida reboza y el del barbecho es como el de una olla donde se puede guardar mucha agua. Da pena pensar en el agua que se marcha al río con la sed que al granar tendrán las cosechas”. A continuación, después de

¹⁸ Pérez Carreño (2006): 73.

¹⁹ Existen dos cintas una de 1934 y otra de 1941, pero solo se conserva el montaje de esta última.

²⁰ El propio Marqués de Villa Alcázar asumía la labor de autor, guionista, dirección y locución, y en ocasiones la parte fotográfica. Con respecto a la voz narradora se trata de un narrador heterodiegético que se sirve de las imágenes para ejercer esa labor pedagógica que caracteriza a la filmografía de este peculiar cineasta.

que aparezcan una serie de dibujos animados creados con el mismo objetivo didáctico, y a la manera de cualquier bodegón pictórico, la película da cuenta de otra de estas escenas en las que aparecen, sobre un mantel rayado, una cafetera y tres platos; uno de ellos incluye unos cuantos azucarillos, otro está vacío y en el último se apoya una taza que contiene algo de café. El propósito no es otro que seguir profundizando, mediante comparaciones muy simples, en las ventajas de barbechar la tierra. Esta batería de planos se cierra con la imagen fundida, por medio de un encadenado, del plato y la olla, y termina con la figura nítida de esta última que le ha ganado la partida al plato por su incapacidad para contener la humedad suficiente. El género pictórico se somete así a las leyes cinematográficas enriqueciendo, desde el punto de vista plástico, el texto organizado por el Marqués.

Sin embargo, en los últimos minutos del film, el cineasta opta por introducir un epílogo, tal vez para mantener la atención del espectador,²¹ en el que el “honor”, uno de los arcaicos arquetipos femeninos en el que insiste la retórica franquista, abunda de manera solapada en la imagen de la nueva mujer del Nuevo Régimen que apela, según Mary Nash, “al sacerdocio de la mujer en el santuario del hogar en nombre de su sagrado deber como madre y esposa”.²² Así, con la intención primera de explicar cómo ha de tratarse la tierra cuando aparecen en ella las malas hierbas, el cineasta, a modo de sainete, recrea una escena en la que una madre defiende la honra de su hija, la protege y la guarda, a la espera de que aparezca un “buen hombre” que “cuide” de ella y la respete. De esta manera lo explica el propio Marqués: “[...] y sirve también para hacer que se quede en su sitio la humedad del suelo [*representada por la hija*] que está ansiosa de escaparse para que la rondan los rayos del sol y que bien guardada en su casa tendrá, más adelante, una misión más útil y más feliz”.

De esta manera, el escarificador que arranca las malas hierbas es confrontado, mediante el montaje, a la labor de la madre quien, a escobazos, echa de su casa a aquel que pone en peligro la honra de su hogar. La forma sainetesca culmina en un plano –que nos interesa especialmente por tratarse de una naturaleza muerta– en el que el campo cinematográfico se hace permeable a través de la sombra, proyectada en la pared, de una joven pareja mientras que la madre de la chica observa embelesada la escena (fig. 1).

Como podemos observar, la función ilustrativa y descriptiva que atribuíamos a los anteriores bodegones, es sustituida aquí por otra moralizante comparable a la que ejercen algunas de las obras que, tradicionalmente, han sido adscritas a este género sobre todo a partir del siglo XVII, no solo desde el punto de vista simbólico sino también, como veremos, desde un aspecto técnico. Y es

²¹ Pedro Poyato se refiere a ello al explicar cómo “Se trata del último esfuerzo para intentar sostener la mirada del espectador, tarea nada fácil, entre otras cosas, por el tiempo de metraje transcurrido”. En Poyato Sánchez (2015): 19.

²² Nash (2015): 193.

que el cineasta, a partir de un claroscuro acusado, propio de cierta tradición barroca,²³ plantea una escena de cocina en la que el primer término de la composición es ocupado por una mesa llena de utensilios que están siendo utilizados por la madre de la muchacha. Por otra parte, en el último término de la composición, en el lugar dedicado al fuego, se apilan algunos cacharros oscurecidos por la sombra de la joven pareja que también se proyecta en la pared del fondo y en un fogón que permanece apagado, fogón que, en sentido metafórico, representa, como se demostrará después en la cinta, el hogar fructífero que está por llegar. Por eso la película termina con un plano en el que la pareja aparece envuelta, junto a su retoño, por un frondoso y espléndido triguero mientras que la voz del narrador realiza la siguiente petición: “Esperemos con paciencia y trabajemos con fe, con energía y con inteligencia, y hermosas cosechas como esta traerán consigo la prosperidad y la felicidad que merecen los campesinos españoles”.



Fig. 1. *El barbecho*. Marqués de Villa Alcázar. 1941.

²³ Solo hemos de pensar en algunos de los autores adscritos a este género pictórico, como Sánchez Cotán, Juan van der Hamen y León, Pedro de Medina, Blas de Ledesma o el propio Velázquez, por citar algunos de los más representativos de nuestro país.

El segundo de los documentales que nos disponemos a analizar es *Charla cinematográfica sobre abonos* (1935/41).²⁴ Desde un punto de vista agrícola su misión es crear en el campesinado la necesidad de abonar la tierra con una buena proporción de elementos que garanticen óptimas cosechas y una economía rentable. El prólogo²⁵ de este film se colma de llamativos bodegones poblados de frondosas flores y espléndidos árboles que ilustran la necesidad de alimento de las plantas. Con posterioridad, cuatro planos más sirven al Marqués para explicar cómo hay que añadir a la tierra los elementos que escasean para obtener unos buenos resultados. El primero de ellos muestra una maceta con flores no muy crecidas que se transforma, mediante un encadenado y una alimentación correcta de la tierra, en otra de flores hermosas y sanas que, a su vez, da paso a otro plano en el que, por medio de un contrapicado, se da cuenta de una joven que recoge los frutos resultantes de esa labor. La batería de planos concluye con un magnífico bodegón compuesto por una mesa sobre la que descansa un frutero repleto de saludables frutos que aparecen acompañados por una jarra y un vaso lleno de agua. Entre tanto, la *voz over* relaciona la lozanía con la imagen de la mujer, a la vez que describe, como podemos observar en las palabras que se recogen a continuación, el rendimiento de esta buena labor: “[...] Lo que escasee [*refiriéndose a la tierra*] habrá que dárselo abonando. Esto es, añadiendo nitrógeno que da lozanía, belleza y desarrollo a la planta; fosfórico que la hace fructificar; y potasa, que da resistencia a la planta y calidad a sus frutos”.

Pero el desempeño del cineasta por introducir aquí algunos de los valores moralizantes que caracterizan sus films aparece de nuevo en forma de naturaleza muerta cuando, para explicar cómo el campesino derrocha su hacienda si no abona la tierra, el Marqués concibe una escena de taberna, comparable a algunas otras como *Los tres músicos* (Velázquez, 1616), en la que, alrededor de una mesa presidida por un jarrón lleno de tulipanes, unos hombres derrochan su riqueza bebiendo y dejándose llevar por los placeres carnales. La mirada de la cámara se centra en el jarrón con tulipanes blancos que ocupa el centro de la mesa alrededor de la cual se sientan unos hombres que beben en compañía de algunas mujeres de dudosa reputación. La cámara realiza un movimiento hacia atrás y después un travelling lateral que abre el campo

²⁴ Las dos fechas que se indican corresponden a las dos películas que se realiza el Marqués con el mismo título, una en época republicana y otra a comienzos de la dictadura franquista. En este caso se conservan ambos montajes. Los dos aparecen con idéntica locución a cargo del Marqués, pero se modifican algunas imágenes en el segundo con respecto al primero. Podemos observar al respecto cómo se reutiliza el material de la película de 1935 para el remontaje de la segunda versión porque en uno de los planos aparece un calendario de 1935. Véase Camarero (2014): 54-55.

²⁵ Como muy bien explica Pedro Poyato, el Marqués de Villa Alcázar “apuesta por la sorpresa en el arranque de la acción mediante la introducción de una temática que parezca no tener nada que ver con la del film para, luego, descubrirla vinculada a ella”. En Poyato Sánchez (2015): 24.

hasta mostrar a los músicos, que se hallan escorados a la izquierda de la composición, y a otra mujer que baila al son de la guitarra y el laúd (fig. 2). El plano permanece hasta el momento en que la joven se aproxima a la mesa y el protagonista de esta breve escena le entrega el ramo de tulipanes que contiene el jarrón. Entre tanto, la voz narradora dice lo siguiente: “Este carpintero gasta ahora la riqueza acumulada. Y como nada produce y nada guarda, va empobreciendo su caudal como lo empobrece el labrador que va derrochando la riqueza acumulada en el suelo sin reponerla abonando”.



Fig. 2. Charla cinematográfica sobre abonos. 1941

Es evidente que las flores juegan aquí un papel fundamental, de tal manera que el tulipán viene a recordar, avalado por la voz *over*, aquella crisis que en el siglo XVI se produjo en Holanda gracias a la especulación que tuvo lugar en torno al cultivo del tulipán y que, como buen ingeniero agrónomo, debía conocer el Marqués. La fiebre del tulipán la padecieron tanto las clases altas como los artesanos y el campesinado llevándolos a la más absoluta miseria. Por eso, al igual que el cuadro velazqueño que, según Pérez Lozano y Urquizar

Herrera “provocaba una invitación a la moderación y a la templanza”,²⁶ los destinatarios de este bodegón cinematográfico debían entender que no procede adoptar ciertos vicios que puedan acabar con la hacienda de un hombre.

Hemos de recordar que las dos cintas analizadas se encuadran, desde el punto de vista histórico, en el período más férreo de la Dictadura franquista,²⁷ es decir, la autarquía, de forma que el mensaje moralizador se constituye en un tenaz componente al servicio del Nuevo Régimen. Pero si nos situamos en la etapa más reciente de la filmografía del Marqués podremos comprobar cómo las moralejas van cediendo protagonismo a elementos puramente visuales que confieren a estos últimos documentales un aspecto más “moderno”, en consonancia con los nuevos tiempos. Basta detenerse en alguna de ellas como *Barbechar y abonar* (1961) que, al compararla con otras de temática similar como *El barbecho* y *Charla cinematográfica sobre abonos* comprobaremos que, aun exponiendo los mismos planteamientos argumentales, presenta diferencias sustanciales con los documentales anteriores. Como muy bien señala Pedro Poyato refiriéndose a otros documentales como *Centrales lecheras* (1961), nos encontramos en una época muy posterior:

En esta fecha las condiciones de realización de un film eran otras muy distintas, tanto por lo que se refiere a las posibilidades técnicas de las imágenes cinematográficas –el uso del color, sobre todo–, cuanto a la situación por la que entonces pasaba el régimen franquista –más consolidado y abierto al exterior, su carga ideológica se había relajado–, como también era muy diferente el nivel cultural del espectador –el analfabetismo había disminuido considerablemente entre la población, incluida las gentes del campo–.²⁸

Desde esta posición, *Barbechar y abonar*, arranca con numerosos planos que se constituyen cada uno de ellos en espléndidos bodegones a color en los que las angulas vascas, las mongetes (alubias) con butifarra catalanas, las frutas, y hasta las latas de conservas (fig. 3), se convierten en herederas de algunas de las obras de los artistas más destacados en este género, solo que esta vez, el discurso moralizante ha desaparecido y el bodegón se utiliza como metáfora para ilustrar cuáles son los alimentos predilectos de las plantas. La prueba más fehaciente de lo que venimos exponiendo es que tanto la escena sainetesca que aparece en *El barbecho*, como la de la taberna que está en *Charla*

²⁶ Pérez Lozano / Urquizar Herrera (2001): 1474.

²⁷ En el caso de *El barbecho* solo tenemos acceso a la película de 1941, y en charla cinematográfica sobre abonos hemos podido comprobar que la película de 1935, realizada en el período republicano, no presenta diferencias en cuanto a lo que al aspecto ideológico se refiere, de tal manera que el cineasta muestra desde el inicio de su producción cinematográfica su afinidad con los valores que, con posterioridad, impone el régimen franquista, referidos a ideología, moral, pedagogía y propaganda política.

²⁸ Poyato Sánchez (2015): 30.

cinematográfica sobre abonos han desaparecido en la película del sesenta y uno y en su lugar solo se explicita, sin más, la necesidad de retirar las malas hierbas para que la tierra fructifique.



Fig. 3. *Barbechar y abonar*. 1961

2.2. El uso de la naturaleza muerta en los *spots* publicitarios del marqués de Villa Alcázar

Una de las características primordiales de la obra de arte es su capacidad de comunicar y de provocar en el espectador una reacción emocional. Sin lugar a dudas, este es uno de los principios básicos de la publicidad, por eso se establece esa sinergia tan bien avenida entre sendos ámbitos de la representación. En este sentido no resulta extraño, dado su carácter propagandístico, que los documentales del Marqués se vean enriquecidos con elementos encaminados a vender los productos nacionales y a recuperar la imagen maltrecha de una España marcada durante, al menos dos décadas, por una acusada introspección. Con este modo de proceder el cineasta aprovecha en su filmografía algunos estándares propios de la publicidad como el *product placement* que, según indica Javier Gómez Pérez en su ensayo “El escaparate

cinematográfico: el *product placement* y el cine” reside en su “fácil aceptación por parte del espectador, el cuál no lo percibe como publicidad en sí sino como un uso lógico de productos y servicios”.²⁹

Es cierto que el interés por utilizar la *naturaleza muerta cinematográfica* como un vehículo publicitario es incuestionable, como veremos, en la obra del Marqués de Villa Alcázar. Bajo esta premisa, el cineasta no hace sino unirse a una idea que se da con anterioridad en la Historia del Arte en la que en algunas zonas geográficas, como los Países Bajos, “de forma generalizada, se desarrollaron las naturalezas muertas, no solo por motivos estrictamente estéticos, ni siquiera por motivos simbolistas, religiosos, sociales y decorativos, sino por el desarrollo extraordinario de la economía en esa región de Europa con el primer Austria Carlos I y V de Alemania.”³⁰

Sin embargo, se hace necesario atender no solo al mensaje sino a la forma en que este género se inscribe en los textos del cineasta que nos ocupa para comprender la evolución o las diferencias que los mismos plantean según la época en la que nos halleemos. Desde esta perspectiva convendría comenzar con el análisis de una de las películas de su etapa más temprana y más significativa al respecto, nos estamos refiriendo a *Jerez, Xérès, Sherry* (1943). En este documental el cineasta defiende la importancia del vino que se produce en Jerez frente a la costumbre de consumir cócteles “cuyos fuertes licores adormecen el paladar”.

El profesor Pedro Poyato ha señalado la dimensión de *proto-spot* publicitario en la cinta cuando “las imágenes se interesan por poner, a través de la figura de la mujer, un rostro “amable” al objeto publicitado, en este caso el vino”,³¹ rostros amables, tendríamos que añadir, que responden a un estereotipo social que confiere un determinado significado al producto (fig. 4).³² Merece la pena tener en cuenta las palabras de Susana de Andrés cuando señala que, “el mensaje publicitario está abierto a su contexto y es esta permeabilidad lo que le lleva a reflejar los estereotipos sociales. Absorbido el estereotipo social, este se articula gramaticalmente en el mensaje publicitario, deja de ser construcción mental y se convierte en signo lingüístico”.³³ En este caso se establece una metáfora al producirse una asociación entre la mujer –estereotipo social en este caso– y el vino que obliga al lector a descubrir la semejanza, a comprenderla y a descifrarla.

²⁹ Gómez Pérez (2007): 91.

³⁰ López Romero (com.) (2011): 45.

³¹ Poyato (2013): 45.

³² Hemos de señalar que el Marqués de Villa Alcázar introduce en algunos de sus films la imagen de algunas de las modelos más famosas de la época en nuestro país.

³³ Andrés del Campo (2006): 256.



Fig. 4. *Jerez, Xérès, Sherry*. 1943

Esta intención se hace más evidente cuando, en los últimos minutos del film, una batería de planos arranca con un primer bodegón que se yuxtapone, mediante un encadenado, a la imagen de una mano que tacha con una tiza a la coctelera que se agita. En sustitución de esta aparece una botella de vino de la región jerezana con la que se llenan las copas de cristal que, a su vez, reposan sobre una bandeja plateada. La voz narradora da paso a otros tres bodegones más emparejando así a las distintas variedades del vino de Jerez con los succulentos manjares que se producen en España (fig. 5). Se trata de bodegones de mesa en los que solo aparecen productos alimenticios. Este tipo de bodegón se hizo muy popular en la primera mitad del siglo XVII cuando “los pintores dejaron de realizar las grandes cocinas, las grandes bodegas y los grandes mercados, para centrarse en la naturaleza muerta de mesa, mostrando la riqueza de forma exquisita y naturalista, junto con una carga simbólica en cuadros de dimensiones inferiores a las llamadas cocinas o bodegas.”³⁴

Como hemos podido observar, aunque por separado, se dan cita en el documental algunos de los elementos claves del spot publicitario a saber, la mujer bella que posa y que se convierte en un referente social y por lo tanto un símbolo; igualmente se pone en juego una palabra retórica que, como dice Ferrer, “reina del lenguaje publicitario, refleja no solo la noción de la cosa –

³⁴ López Romero (com.) (2011): 58,

caudal informativo—, sino el sabor de ella —caudal emocional—, entre lo que esa cosa es y lo que parece ser; del significado a la sugestión”,³⁵ y, por último, el objeto a publicitar.



Fig. 5. Jerez, Xérès, Sherry. 1943

En películas posteriores del Marqués, realizadas durante la década de los cuarenta y los cincuenta, los elementos que se ponen al servicio de la publicidad continúan siendo los mismos, bien es verdad que, en la mayoría de las ocasiones, los rostros de estas bellas mujeres comparten espacio con otros elementos que conforman las distintas naturalezas muertas. Sirvan como ilustración unos pocos ejemplos, como: *¡Sí!, ¡tenemos bananas!* (1951), en la que una joven de aspecto burgués aparece friendo plátanos; o en *A mí, ¡fritos!* (1955) donde otra de estas chicas de aspecto impecable se dispone a cocer los huevos y posteriormente a freírlos; en *Aceitunas de verdeo* (1955), en la que, en otra de estas naturalezas muertas, una atractiva mujer expone algunas de las variedades de aceitunas españolas junto a unas copas de Martini que son aderezadas con tan preciado bien; y más aún, en *Lúpulo* (1951) en la que aparecen dos jóvenes más junto a unos vasos de cerveza, destacando así la importancia del lúpulo en la fabricación del producto mientras las protagonistas

³⁵ Ferrer (1994): 65.

sujetan unos cigarrillos humeantes que aportan un aroma muy particular a la escena;³⁶ también en *Tomates de invierno* (1953) otra mujer aparece rodeada de succulentos tomates que prepara con posterioridad de diferentes formas.

Sin embargo, hemos detectado que en la etapa de la dictadura correspondiente al desarrollismo, es decir, en los años en los que España necesita lavar su imagen externa, esas técnicas publicitarias con un carácter estándar y sexista, sin que desaparezcan del todo, se suavizan, de tal manera que se pone en juego una vistosidad plástica dominante, consecuencia, fundamentalmente, de la introducción del color en sus films más recientes.

El Marqués se propone, en estos últimos años, ayudar en lo posible a crear una imagen de España moderna y atractiva internacionalmente, aunque lo haga a través de imágenes fuertemente estereotipadas que secundan algunas de las prácticas propagandísticas del franquismo. De nuevo aquí juegan un papel fundamental las naturalezas muertas; solo hemos de observar los comienzos, sobre todo de las cintas en las que ya se introduce el color, para apreciar los vistosos bodegones pictóricos que, fotografiados por la cámara cinematográfica, se van sucediendo en la pantalla mientras los títulos de crédito se sobreimpresionan en ellos.



Fig. 6. *El Jerez*. 1956

³⁶ Resulta cuanto menos curioso que todas estas cintas estén plagadas de imágenes femeninas destinadas a facilitar la venta de los productos que se publicitan y que no aparezca ninguna figura masculina, hasta cuando en ocasiones como esta hay que saltarse una “norma moral”, puesto que la mujer no juega un papel activo como consumidora de tabaco en la sociedad de la época.

Efectivamente merece la pena que, de nuevo a modo de ejemplo, nos detengamos en algunos de los que conforman ya la última etapa, la de los sesenta, de la filmografía de este peculiar cineasta. Nos interesa destacar con especial interés *El Jerez* (1959) por la comparativa que podemos establecer con la cinta de 1943, *Jerez, Xérès, Sherry*. Desde el punto de vista del contenido la película del cincuenta y nueve vuelve a destacar la riqueza de la zona jerezana en relación a la producción del vino. Pero en esta se proyecta un minimalismo visual y conceptual que da lugar a la supresión de los planos en los que las modelos se asociaban a cada una de las categorías de vino que se producen en la zona y estos a su vez a succulentos manjares que se iban exponiendo en forma de naturalezas muertas, recordémoslo. En su lugar, el cineasta opta por introducir un bodegón cinematográfico, desprovisto de todo artificio (fig. 6), en el que podemos observar cómo tres catavinos contienen, según la voz del narrador, los jugos más “conocidos y estimados en todos los mercados del mundo”. Se opta, claramente, por aligerar la retórica audiovisual en aras de ofrecer una imagen al exterior que permitiera lanzar la economía española.

Los rasgos formales que presentan estas últimas cintas están en consonancia con una clara tendencia, tal y como se ha venido analizando, que comparte buena parte de las técnicas publicitarias del momento, con la que se pretende vender turísticamente las posibilidades del país. Es cierto que:

La propaganda turística no fue tanto la venta de la imagen de un país moderno y de vocación europea como la explotación del arcaísmo [...] Ruinas, costumbres rurales, productos de la industria artesanal y celebraciones católicas poblaron folletos, guías y reportajes, todos ellos comercializados bajo la etiqueta de «auténtico» para el disfrute de los demandantes de arcaísmo.³⁷

Por eso, en *Panorama frutal de España* (1966), una cámara cinematográfica, disfrazada de turista, tal y como explica la voz *over*, recorre la geografía española mostrando, por medio de exuberantes bodegones cinematográficos, frutas, flores y hortalizas que son capaces de abrir el apetito de esta turista, tan particular, que tiene la virtud de asombrarse ante los albaricoques, las naranjas, los limones, los pimientos y un largo etcétera de productos españoles. El Marqués utiliza aquí la estrategia de la personificación, otra figura retórica de frecuente presencia en la publicidad para, en definitiva, “modernizar” la imagen de un país, fuertemente dañado por la represión, un país en el que el aprovechamiento de los valores tradicionales de antaño se había infiltrado con fuerza en lo más profundo de su sociedad.

³⁷ Sánchez Sánchez (2001): 206.

A TÍTULO DE RECAPITULACIÓN

El estudio de la obra del marqués de Villa Alcázar, como factor decisivo en la comprensión del documental rural en España, obliga a incluir en su análisis aspectos económicos, políticos y sociales. Sin embargo, no podemos olvidarnos de aquellos rasgos de estilo que constituyen el “sistema estético” de la filmografía de González de la Riva. Las páginas que anteceden nos llevan a concluir que los documentales del Marqués, sujetos a una importante carga ideológica a la vez que pedagógica, abordados en su análisis desde una perspectiva artística, nos han permitido comprobar cómo, a través de distintos recursos plásticos, tales como el uso de las “naturalezas muertas”, el cineasta desplaza la atención del espectador hacia otros aspectos que subyacen igualmente en cada uno de estos documentales con fines que superan lo estrictamente etnográfico y artístico.

Así, resulta fácil comprender esa comunión entre lo explícito y lo simbólico que cristaliza en la construcción de unas imágenes que, acompañadas en todo momento por la voz *over*, se concretizan, como hemos demostrado en este caso, en el uso de recursos pictóricos como los que aquí se han estudiado, a saber, la naturaleza muerta de carácter moralizante, o aquellas destinadas a la publicidad, creando así unas estampas que terminan impregnando el imaginario colectivo de los receptores a los que se dirigieron en su momento y de aquellos otros que revisan esta obra desde el presente.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrés del Campo, Susana de (2006): “Hacia un planteamiento semiótico del estereotipo publicitario de género”, *Signa*, 15, 255-283.
- Bakhtin, Mijail (1981): *The Dialogical Imagination*. Austin, University of Texas Press.
- Brown, Jonathan (1981): *Imágenes e ideas en la pintura española del siglo XVII*. Madrid, Alianza Editorial.
- Camarero, Fernando (2014): *Catálogo de documentales cinematográficos agrarios (1895-1981)*, 2ª ed. Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Ferrer, Eulalio (1994): *El lenguaje de la publicidad*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Gómez Gómez, Agustín (2015): “Modos de hacer y de pensar el documental científico rural”, en VV.AA.: *El marqués de Villa Alcázar. Obra cinematográfica 1934-1966*, 2ª ed. Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pp. 37-48.
- Gómez Pérez, Francisco Javier (2007): “El escaparate cinematográfico: el *product placement* y el cine”, en Francisco Perales Bazo (coord.): *Cine y publicidad*. Madrid, Fragua, pp. 80-98.

- Gómez Tarín, Francisco Javier / Parejo, Nekane (coords.) (2013): *Discursos y narraciones en el documental rural: el marqués de Villa-Alcázar*. La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Lagarma, Juan (1943): “El cine como medio de divulgación ganadera”, *Ganadería*, 4, 50-52.
- López Romero, Fernando (com.) (2011): *Naturalezas muertas. Siglos XVI al XXI* (catálogo de exposición). Tomelloso, Cooperativa “Virgen de las Viñas”.
- Martín González, Juan José (1986): “BROWN, Jonathan, *Velázquez, pintor y cortesano*, Alianza Editorial, Madrid, 1986, 322 p., 326 ilustraciones en negro y color”, *BSAA*, 52, 552-553.
- Nash, Mary (2015): “Vencidas, represaliadas y resistentes: las mujeres bajo el orden patriarcal franquista”, en Julián Casanova (coord.): *40 años con Franco*. Barcelona, Crítica, pp. 191-228.
- Riffaterre, Michael (1979): *La production du texte*. París, Éditions du Seuil.
- Pérez Carreño, Francisca (2006): “El valor moral del arte y la emoción”, *Crítica*, 38/114, 69-92.
- Pérez Lozano, Manuel / Urquizar Herrera, Antonio (2001): “Los hispanistas anglosajones y sus interpretaciones de los bodegones velazqueños”, en José Manuel de Bernardo Ares (ed.): *El hispanismo anglonorteamericano: aportaciones, problemas y perspectivas sobre Historia, Arte y Literatura españolas (siglos XVI-XVIII)*. Actas de la I Conferencia Internacional “Hacia un nuevo humanismo”, t. 2. Córdoba, Cajasur, pp. 1467-1488.
- Poyato, Pedro (2013): “Pedagogía, estética e ideología en los primeros documentales del marqués de Villa-Alcázar”, en Francisco Javier Gómez Tarín / Nekane Parejo (coords.): *Discursos y narraciones en el documental rural: el marqués de Villa-Alcázar*. La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 29-51.
- Poyato Sánchez, Pedro (2015): “Sobre los mecanismos de captura del interés del espectador en los documentales del marqués de Villa Alcázar”, en VV.AA.: *El marqués de Villa Alcázar. Obra cinematográfica 1934-1966*, 2ª ed. Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pp. 21-36.
- Rodríguez Merchán, Eduardo (2013): “Prólogo”, en Francisco Javier Gómez Tarín / Nekane Parejo (coords.): *Discursos y narraciones en el documental rural: el marqués de Villa-Alcázar*. La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 7-12.
- Sánchez Sánchez, Esther M.^a (2001): “El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta”, *Arbor*, 669, 201-224.
- Villa Alcázar, marqués de (1951): “El cine aplicado a la divulgación agrícola”, *Revista Española de Pedagogía*, recogido en http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/archivos-bibliotecas-mediateca/mediateca/divulgacion-agricola_tcm7-287978.pdf (consultado el 5 de febrero de 2016).