

:: Publicaciones de la Federación de  
Cajas de Ahorros del Oeste de España  
(DOMICILIADA EN SALAMANCA, ZAMORA, 27)

N.º 5

# Propaganda y difusión del Ahorro

## y medios prácticos para conseguirlo

POR

RICARDO ACOSTA CAMISON

---

Trabajo que obtuvo el premio de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Salamanca, en el Certamen regional del Ahorro, organizado por esta Federación, celebrado en Badajoz el 31 de Octubre de 1929.

ESTE FOLLETO SE REPARTE GRATUITAMENTE.



14E

:: Publicaciones de la Federación de  
Cajas de Ahorros del Oeste de España  
(DOMICILIADA EN SALAMANCA, ZAMORA, 27)

N.º 5

# Propaganda y difusión del Ahorro

## y medios prácticos para conseguirlo

POR

RICARDO ACOSTA CAMISON

---

Trabajo que obtuvo el premio de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Salamanca, en el Certamen regional del Ahorro, organizado por esta Federación, celebrado en Badajoz el 31 de Octubre de 1929.

ESTE FOLLETO SE REPARTE GRATUITAMENTE.

+1370451

Programa y difusión del libro  
y mejor manera para enseñarlo

RUBEN AGOSTA CANALES

El libro "Programa y difusión del libro y mejor manera para enseñarlo" de Rubén Agosta Canales, es un estudio sobre la enseñanza del libro en el aula. El autor analiza la importancia del libro como recurso educativo y propone estrategias para su uso efectivo en el aula. El libro está dirigido a los docentes de primaria y secundaria.

## RESUMEN

---

- I.—Nociones preliminares.—El Ahorro: Concepto e importancia social.
- II.—Propaganda y difusión del Ahorro en la Familia.
- III.—Propaganda y difusión del Ahorro en la Escuela.
- IV.—Propaganda y difusión del Ahorro: (A) en el Templo, (B) en los Talleres y en las Fábricas.
- V.—Propaganda y difusión del Ahorro en los Cuarteles.
- VI.—Propaganda y difusión del Ahorro en la Prensa.
- VII.—Propaganda y difusión del Ahorro en el Teatro y en el Cinematógrafo.





# Propaganda y difusión del ahorro y medios prácticos para conseguirlo

---

## I.—NOCIONES PRELIMINARES.—EL AHORRO: CONCEPTO E IMPORTANCIA SOCIAL

Antes de entrar a estudiar propiamente el tema que es objeto del presente ensayo, conviene apuntar algunas ligeras nociones acerca del ahorro, de su concepto y de su enorme importancia social. De este modo seguiremos un plan lógico y aparecerán con más diáfana naturalidad las consecuencias que después hemos de deducir.

Ahorrar es diferir un placer o el empleo de la riqueza con objeto de lograrlos más tarde. Por lo tanto, en la génesis del ahorro intervienen necesariamente estos dos factores: sobriedad y previsión.

Como consecuencia de ello, diremos que el ahorro no es un instinto natural, sino un precioso fruto de la civilización. Para un salvaje el mañana no existe. Y su sobriedad no es humana, razonada, voluntaria, sino resultado forzoso de su rudimentaria situación en el panorama de la vida y de la historia.

El hábito del ahorro se afirma—lo mismo en los individuos que en las colectividades—con la inteli-

gencia y con la educación. De aquí que los pueblos verdaderamente cultos sean los más sobrios y los más previsores. Por eso, ocupan también las avanzadas del ahorro mundial.

Dejemos, pues, bien sentado, desde ahora, este postulado indiscutible: la instrucción es un gran medio eficacísimo para hacer previsores a los individuos y a las masas.

El ahorro de todos los individuos constituye la riqueza pública. Y esa riqueza representa nada menos que el bienestar de la nación. De modo que todo ciudadano que ahorra, por eso mismo es ya un decidido bienhechor de la colectividad. Y el que despilfarra es un enemigo del bien común. Defrauda a la sociedad.

Podemos decir que, después de Dios, el trabajo ha hecho el mundo, este mundo sublime del progreso, gloria del hombre rey de la creación. Pero es el ahorro quien lo conserva, enrumbándolo hacia nuevos horizontes luminosos de perfección espiritual y material. El ahorro es la espiritual palanca capaz de remover a la sociedad humana, inerte con todo el peso enorme de sus desdichas. Como aquella otra palanca que soñaba Arquímedes, con intuición genial, para remover el mundo físico. ¿Qué sería de la civilización, de las instituciones sociales y de la sociedad misma, sin el ahorro?

Con razón, pues, en este Certamen que organiza la Federación de Cajas de Ahorro del Oeste de España, se demandan aportaciones que orienten prácticamente en la propaganda y difusión del ahorro. Tratemos de esbozar ahora los medios más adecuados para lograrlas ampliamente, ya que nos inspira devoción fervorosa cuanto vaya unido a la prosperidad de nuestra querida región.



## II.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO EN LA FAMILIA

El hábito y la práctica del ahorro están íntimamente ligados al sentimiento familiar, a la realidad familiar. El hombre célibe no ahorrará más allá de sus necesidades, muy reducidas de ordinario. Y, en último término, dejará de ahorrar llegada cierta edad, cuando se halle a cubierto de los embates de la fortuna.

Pero, en la familia, el padre y la madre tienen una misión que cumplir: la defensa y el auge del hogar. Todas las preocupaciones se orientan hacia el mañana de sus hijos, tan dudoso. Y aquella misión sagrada y estas justas preocupaciones les impulsan, naturalmente, al ahorro, aún en el caso más favorable de que las necesidades hogareñas estén satisfechas con holgura. Cuando no para sí, allegan para sus hijos, que son su perpetuación en el seno de la sociedad.

De modo que así como el hogar es de suyo medio el más perfecto para la educación, así también representa, por las razones que acabamos de apuntar, la más idónea escuela para el aprendizaje del hábito moral del ahorro. Y hacia el hogar, por tanto, han de encaminarse las esperanzas y las actividades de los propagandistas del ahorro.

Pero es el caso que, en los modernos tiempos, el hogar se va anulando. Pedagogos y sociólogos convienen en reconocer, con harto dolor, el relajamiento que ha experimentado la vida familiar. Esta complicada máquina del progreso moderno va divi-

diendo al mundo exclusivamente en dos clases, por completo opuestas: ricos y pobres. En ambos sectores los lazos domésticos aparecen cada día más debilitados.

Los ricos entregan sus hijos al preceptor mercenario y relegan el cuidado del patrimonio familiar a cargo del consabido administrador, desapareciendo de este modo la razón básica de la convivencia y de las preocupaciones hogareñas.

En las casas pobres, el jornal insuficiente del padre obliga a los hijos a marchar prematuramente al taller, al campo o a la fábrica; padres e hijos apenas si conviven más que en los momentos de las mezquinas refecciones y en las horas destinadas al descanso; la vivienda angosta, lóbrega e infecta convida también a permanecer lejos del regazo doméstico.

¿Qué sucede, pues? Que la vida familiar, cante-  
ra de tantos bienes espirituales y económicos, base firmísima del ahorro doméstico, se va anulando. Debilitados los sagrados vínculos del afecto, base de mutuos sacrificios y abnegaciones, padres e hijos se materializan y no piensan si no en la satisfacción de sus caprichos egoístas. Más tarde, quizá en el cebo de sus pasiones funestas.

Y entonces surge en los ricos la vida de crápula, que trae como consecuencia la ruina de los intereses morales y económicos. Y entonces viene en los pobres la vida de holganza y de vicio, con su obligada cohorte de alcoholismo, tuberculosis y de-  
pauperación moral...

Si se quiere favorecer la causa del ahorro, es necesario detener la ruina inminente del hogar. Y el hogar, como institución, se afirma y se robustece consolidando sus bases seculares: afecto, convivencia, propiedad. En torno a ellas debe girar toda la

propaganda que se efectúe para difundir el ahorro doméstico.

Medios prácticos de esa propaganda pueden ser los siguientes:

1.° Las Cajas de Ahorro procurarán mantener vivo en las familias el pensamiento de la importancia y necesidad del ahorro, mediante una frecuente propaganda a domicilio, empleando a este fin hojas explicativas, folletos estimuladores, postales con anécdotas alusivas, etc. También podrán emplearse con éxito almanaques de pared y de bolsillo, que contengan para cada día una máxima, y, además, una anécdota o una historia, referentes al tema del ahorro. Estos almanaques podrán regalarse o ponerse a la venta a precios corrientes, según los casos.

2.° Las Cajas de Ahorro procurarán hacer actos de presencia en la vida doméstica. Para ello, en los actos solemnes del hogar, tales como celebración del matrimonio y nacimientos, entregarán a los contrayentes o a los recién nacidos, respectivamente, libretas con donativos en metálico. Si por el excesivo número de matrimonios o de nacimientos no se pudieran conceder donativos en todos los casos, se procurará, al menos, atender con preferencia a las clases populares, como más necesitadas del ahorro. Además, que no es necesario que el donativo otorgado por la Caja, sea cuantioso. Bastaría una cuota módica. Por ejemplo: una o dos pesetas. Porque lo esencial no es la cantidad que se regala. Es que ese donativo representa y encarna la voz amiga de la Caja de Ahorros, que llama a los beneficiados, invitándoles a formar en las filas bienhechoras de sus imponentes.

3.° A fin de estimular la convivencia y el afecto domésticos, dando así lecciones prácticas de Ética

familiar, las Cajas de Ahorro establecerán premios en metálico con destino a los imponentes que se hayan distinguido en la práctica de las virtudes familiares, en sus diversos hermosísimos aspectos. Por ejemplo: a los padres de numerosa prole, a la cual sostengan con su trabajo; a los hijos que convivan con sus padres ancianos, atendiendo a sus necesidades con el fruto de su sudor honrado, etc.

4.º Por último, las Cajas de Ahorro establecerán frecuentes premios—mensuales, por ejemplo—para galardonar a las familias, cuyos miembros mejor hayan probado, colectivamente, su virtud ahorrativa, etc.

Justo es consignar que algunos de estos eficacísimos medios de propaganda ya son empleados, con gran resultado práctico, por cierto, en algunas Cajas de Ahorros de nuestra Federación del Oeste de España.

### III.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO EN LA ESCUELA

Ya dijimos, en el capítulo primero de este trabajo, que el ahorro no es un instinto natural, sino una consecuencia y fruto de la civilización. Por eso, quien propugna la causa de la cultura, defiende también la gran causa del ahorro. De este modo, el hábito y la difusión del ahorro acaso sean inicialmente, fundamentalmente, cuestión previa de escuela y de maestro. De elevación espiritual, en una palabra.

¡Escuela! ¡Maestro!

La escuela, taller donde se labran y se repujan

las joyas que han de refulgir mañana en la diadema de gloria que orla las sienas divinas de España. El maestro, artista genial, orfebre inspirado y único en tarea tan sumamente delicada y trascendental.

La escuela, recinto venerado en donde se tajan, se escogen y se cincelan las piedras vivas que han de ser sillares firmísimos, inamovibles, sobre los cuales se asiente el edificio de la prosperidad nacional. El maestro, arquitecto sublime, que sólo con la acertada colocación de aquellas piedras, tiene ya el privilegio de determinar las proporciones todas, la esbeltez, la grandiosidad y la firmeza de semejante edificio.

La escuela, seductora palestra donde se entablan ya las primeras luchas, y se obtienen las primeras victorias, o se sufren las primeras derrotas, presagio de los laureles o el descalabro en la batalla definitiva. El maestro, experimentado capitán que dirige este simulacro de guerra, convencido de su trascendencia; que alienta o detiene, según los casos; que prende la condecoración en el pecho del vencedor y restaña con cariño las heridas del vencido.

La escuela, acervo que guarda los valores espirituales de la nación, Banco donde se cotizan esos mismos valores. El maestro, fiel guardián de los tesoros de la Patria; banquero, avaro siempre de la subida de esos valores, que él representa.

La escuela, fuente de vida. El maestro, nuevo Moisés que, a los golpes repetidos de su sabiduría, de su constancia y de su cariño, hace brotar en el entendimiento y en el corazón de cada pequeñuelo el manantial fecundo de esa misma vida...

¡Escuela! ¡Maestro!

Basta entrever el movimiento de un pueblo hacia estos dos puntos luminosos y orientadores, para compulsar su verdadera situación presente, su pasado

y su porvenir, la tensión vital de su organismo todo.

Y si cabe afirmar todo esto de la escuela en relación con todos los aspectos de la vida humana, ¿cómo ponderar debidamente su trascendental influencia en la siembra, arraigo y desarrollo del ahorro, que, como virtud y hábito moral, tan íntimamente va ligado, en su proceso evolutivo, a la obra educadora realizada por la escuela misma?

En efecto, la escuela, al iluminar la inteligencia del niño y del pueblo con las lumbres de la cultura, les hará mirar como muy próximo el futuro, con todos sus escasos goces dudosos y con todos sus innumerables dolores ciertos. Y esta serena y real contemplación del mañana, seguramente despertará en el alma popular el espíritu de previsión, que con justa razón ha sido definido como “el barómetro para medir la civilización de los pueblos modernos”.

Urge, pues, propagar el ahorro en la escuela primaria. Es necesario grabar en el alma virgen del niño, blanda como la cera, el hábito de la previsión, tan importante en la obra del perfeccionamiento individual como en la gran empresa del progreso ciudadano.

He aquí algunos medios para difundir el ahorro en la escuela:

1.º Fomentar por todos los procedimientos posibles las Mutualidades escolares. Es algo que no necesita demostración, algo que está en la conciencia de todos. Hacia las Mutualidades escolares—presentes y futuras—volvemos la mirada, llena de amor y de esperanza, todos los que nos preocupamos de los problemas pedagógico-sociales de España. No vamos a hacer un estudio de la Mutualidad escolar, porque ello pertenece a otro tema del Certamen a que se presenta este modesto ensayo. Pero sí queremos hacer hincapié en la conveniencia y ne-

cesidad de que las Cajas de Ahorro sigan de cerca la marcha de las Mutualidades escolares, en la esfera extraoficial que les es abordable. Que estimulen con premios y recompensas a los niños que más se distinguan en su virtud ahorrativa. Que concedan igualmente recompensas a los señores maestros que mejor prueben su interés por la obra mutualista. En una palabra, que reciban la Mutualidad escolar con los honores de interés y de cariño a los cuales se hace acreedora por su enorme eficacia educadora y social.

2.º Para inculcar intuitivamente a los niños las ventajas y necesidad del ahorro, pueden emplearse en las escuelas cuadros murales, alusivos a la materia. Por ejemplo: reproduciendo escenas de la vida familiar en un hogar donde impera el ahorro y, con él, la limpieza, la salud, la comodidad; y asimismo escenas tristes de otro hogar donde reina la imprevisión y el despilfarro con su obligada cohorte de enfermedades, escasez y desesperación. Estos cuadros pueden y deben ir acompañados de máximas morales que aconsejen la economía y la previsión en la vida doméstica.

3.º Se enseñará a los niños el *Himno a la Previsión*, para que lo canten en la escuela frecuentemente.

4.º Con frecuencia el maestro hará a los niños explicaciones acerca del ahorro. Y después se entregará a aquéllos un cuestionario donde estén los puntos explicados. Se les señalará un tiempo prudencial para que contesten por cuenta propia y por escrito a ese cuestionario, estimulándoles con premios para el mejor ejercicio.

Este procedimiento pedagógico, aplicado al ahorro, dará indudablemente óptimos resultados prácticos. Porque las explicaciones del profesor fácilmente

te se olvidan. En cambio, con esta especie de concursos literarios, se fijan y se concretan las ideas expuestas por el maestro. Los niños recapacitan y porfían, indagan y preguntan, ven dificultades y buscan su solución. Es decir, se graba con trozos vigorosos en sus espíritus la doctrina moral del ahorro, que expuso su profesor. Y los residuos de esas enseñanzas, tan fuertemente asimiladas, con dificultad se olvidan y se pierden del todo.

#### IV.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO.

##### A) EN LA IGLESIA.—B) EN LOS TALLERES Y EN LAS FABRICAS

Toda la vida humana se polariza hacia estos dos aspectos: religión y trabajo. Religión, que es solución de problemas filosóficos, ley moral, imperativo de fraternidad y de paz universales, cumplimiento del deber. Trabajo, que es ejercicio de la actividad humana para satisfacer las necesidades y para aumentar el caudal de progreso que la Humanidad ha reunido en copia de siglos.

Estudiemos, pues, la manera de propagar el ahorro en los sitios donde la religión se practica y el trabajo entona su himno creador.

a) *La Iglesia* es una sociedad, cuyo fin directo es proveer a las necesidades sobrenaturales del hombre, mediante sus enseñanzas, sus sacramentos y sus preceptos.

Pero, como el destino natural y el sobrenatural del hombre están inseparablemente unidos, de modo que—según escribe un ilustre sociólogo español—



ninguno que haya alcanzado el uso de razón puede conseguir el primero sin el segundo, la Iglesia, al realizar su misión divina, ejecuta también un plan altísimo de restauración individual y social.

No es necesario encarecer la gran parte que, en este plan restaurador, la Iglesia concede al ahorro, virtud que, en cierto modo, bien podríamos llamar cardinal, porque con ella muchas otras virtudes se conservan y se arraigan. Y cuando desaparece, al instante brotan en el alma del individuo y de la familia las plantas venenosas del vicio y de la abyección moral.

Porque con el ahorro se nutre la templanza; se fomenta la laboriosidad; se adquiere el hábito de una prudente previsión; se fortalece maravillosamente el carácter; se forja austeramente la voluntad. En fin, el ahorro contribuye en gran manera a crear, en la conciencia y en el hogar, un ambiente de orden y de paz espiritual, muy favorable para la germinación de los más puros y nobles sentimientos.

Y si todo esto constituye, como ya sabemos, el programa de la Moral cristiana, ¿se explica fácilmente el decidido interés de la Iglesia en fomentar el ahorro, causa y raíz de tantos bienes en el orden espiritual y en el orden económico?

No hemos de puntualizar los medios prácticos de que puede valerse y de hecho se vale la Iglesia para propagar el ahorro popular. No tenemos nosotros autoridad para señalar normas en este sentido. Algunos de esos medios, tales como la Mutualidad Catequística, por ejemplo, están dando maravillosos resultados. Otros pueden emplearse con idénticos beneficiosos efectos.

Pero era imprescindible, en un trabajo de la índole del presente ensayo, hacer notar la gran influencia que la Iglesia ejerce en el fomento del aho-

rro popular, mediante su austera Moral y sus evangélicos preceptos. Y destacar también, como consecuencia obvia, el gran auxiliar que las Cajas de Ahorro encuentran en la Iglesia, a los efectos de su obra de renovación social.

Pero pudiera algún espíritu demasiado suspicaz contradecir nuestras afirmaciones. Y, para ello, valerse de algunos pasajes evangélicos, diciendo que aconsejan el descuido y la imprevisión. Nada más falso. En el Evangelio está escrito: “No andéis solícitos sobre qué habéis de comer y de vestir. Mirad las aves del cielo que no siembran, ni siegan, ni allegan en trojes. Y Dios las sustenta. Mirad también los lirios del campo, que no hilan ni tejen. Y ya sabéis que ni Salomón, con toda su gloria, vistióse como ellos”... Y esta otra sentencia terminante, imperativa: “No alleguéis tesoros en la tierra, porque el orín los destruye y los ladrones los roban. Reunid, en cambio, riquezas en el cielo”.

No nos detendremos en rebatir estas afirmaciones de nuestros contradictores, porque no tienen valor de verdaderos argumentos. El Evangelio, en esos pasajes, condena la avaricia y el afán desmedido de riquezas. Pero la avaricia no es el ahorro. Porque la avaricia es estéril. Y el ahorro, fecundo en toda suerte de obras agradables a Dios y beneficiosas para los hombres. Porque el ahorro es virtud alegre y buena. Y la avaricia, vicio repugnante, hediondo y triste...

b) Estudiemos ahora, en esta segunda parte del presente capítulo, los medios más adecuados para propagar el ahorro en los talleres y en las fábricas, que son la *Casa del Trabajo*. He aquí algunos de esos medios:

1.° Como la cultura fomenta y nutre el espíritu de previsión, las Cajas de Ahorro protegerán deci-

didamente las obras que tengan por objeto difundir la cultura en las clases populares, para elevar su nivel espiritual y situarlas en condiciones de librar ventajosamente los múltiples y difíciles conflictos de la vida moderna.

2.° Las Cajas de Ahorro realizarán, en los talleres y en las fábricas, una intensa labor de propaganda mediante folletos, hojas, postales, etc. Esta propaganda deberá efectuarse incesantemente. Por ejemplo: todas las semanas. Y precisamente los días en que, según la costumbre de la localidad, los obreros perciban su salario—ordinariamente, los sábados—. Estimulándoles de ese modo a que lleven su dinero sin dilación a la Caja de Ahorros, en vez de malgastarlo en la consabida orgía de la “noche del sábado”. Orgía a base de alcohol y de juegos prohibidos, que casi siempre tiene su triste remate en el hogar, con lágrimas de la esposa y de los hijos.

3.° Lo mismo que dijimos al tratar de la propaganda del ahorro en la escuela, pueden colocarse en los talleres y en las fábricas cuadros murales reproduciendo escenas que hagan agradable el ahorro y muestren los daños del despilfarro y de la usura. Es seguro que los patronos no hallarán inconveniente alguno en ello. Porque un obrero ahorrador tiene grandes probabilidades de ser un hombre moral y, además, bien nutrido físicamente. Es decir, un obrero en condiciones de rendir trabajo en cantidad y calidad.

4.° Las Cajas de Ahorro concederán premios en metálico a los obreros, relacionando esas recompensas con su vida de trabajo. Por ejemplo, pueden concederse esos premios en los casos siguientes: 1.° Para el empleado más antiguo en una misma fábrica o taller. 2.° Para el obrero que haya logrado mayor ca-

pacitación en su oficio, previo informe demostrativo del respectivo patrono. 3.º Para la obrera más antigua en una misma labor. 4.º Para la obrera de mayor número de hijos a quienes sostenga exclusivamente con su trabajo. Las Cajas de Ahorro concederán, claro es, los referidos premios a imponentes suyos. Y divulgarán la concesión de estas recompensas, al objeto de excitar la atención y el interés de los obreros hacia la Institución.

## V.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO EN LOS CUARTELES

Los deberes del servicio militar obligan a los jóvenes españoles a permanecer algún tiempo en los cuarteles. Nosotros creemos sinceramente que esos meses de estancia en el cuartel deben ser aprovechados para realizar entre los jóvenes una intensa propaganda del ahorro. De este modo, el cuartel moderno cumplirá su misión, que es completar la educación que el joven ha recibido mediante la escuela, la Iglesia, la familia y la Prensa.

¿Educación en los cuarteles? Han pasado ya, por fortuna, aquellos tiempos en que soldado era sinónimo de truhán, y cuartel quería decir mansión del abandono y de la desidia, cuando no del vicio.

Se trata ya de que la palabra soldado no implique más que esto: ciudadano que directamente se consagra al servicio de la Patria y de los demás hombres, sus hermanos. Podemos decir que hoy el cuartel está dignificado. Es la *Casa de España*.

Porque en los cuarteles tiene lugar un austero

noviciado, un nuevo severísimo aprendizaje entre los numerosos que el hombre necesita sufrir, dadas las condiciones de la vida moderna: el aprendizaje de las armas. Pero, además de ésto, la vida de cuartel con sus preservativos y sus estímulos, con sus recompensas y sus castigos, persigue otros objetivos más trascendentales. Tiende a hacer de cada soldado un hombre culto, noble, virtuoso. Un ciudadano, en suma, que ofrezca con generosa fidelidad y constante entusiasmo, el máximo tributo de sus facultades todas, psicológicas y físicas, en aras del bien común y del patrio engrandecimiento.

Debe, pues, ser el cuartel una escuela de cultura y de civismo. Para ello hay que intensificar la labor educadora. Se impone aprovechar los meses de permanencia en el cuartel, para realizar en nuestros jóvenes una obra honda, bien orientada, de elevación moral. Y en esa gran empresa del perfeccionamiento moral, ¿quién no ve la parte importantísima que le corresponde a la virtud del ahorro?

Medios prácticos para lograr una amplia propaganda del ahorro en los cuarteles, pueden ser los siguientes:

1.° Las Cajas de Ahorro pueden organizar, de acuerdo con la correspondiente Autoridad militar que, de seguro, no hallará inconveniente alguno en ello, conferencias en las cuales se exponga a la tropa la excelencia, necesidad e inmensas ventajas del ahorro. También se darán a conocer a los soldados las Instituciones que guardan el ahorro popular, estimulándoles a que depositen en ellas su confianza y su dinero.

2.° A fin de dar facilidades a los soldados para hacer imposiciones en la Caja de Ahorros y también para evitar el que el dinero, al estar en poder de los jóvenes, se convierta en un instrumento para el vicio,

la Caja de Ahorros entregará a los señores Capitanes de Compañía sellos de pequeño ahorro. Y de este modo el soldado, cuando perciba su haber militar, podrá imponerlo en seguida en la libreta o cartilla. Evitándose los peligros que la dilación en imponerlo traería consigo.

3.º Se deberán hacer las gestiones precisas a fin de lograr que la correspondiente Autoridad militar conceda premios a los soldados que más se hayan distinguido por su virtud ahorrativa. Principalmente en los días de gran fiesta militar y patriótica, en los cuales por tradición suelen concederse premios a la cultura, al vigor físico, etc.

Si la Autoridad militar consintiera en ello, la Caja de Ahorros podrá ofrecer para esos premios su concurso.

De todos modos, importa mucho desplegar toda suerte de actividades para propagar el ahorro en los cuarteles. Porque la plasticidad de nervios del hombre joven y su alma fogosa, abierta a todas las generosidades y a todos los entusiasmos por lo bueno y lo bello, ofrecen amplio y esperanzador campo a la acción educadora.

## VI.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO EN LA PRENSA

Algunos filósofos han llamado justamente a la Prensa “cuarto poder de los pueblos modernos”, equiparándola al poder legislativo, ejecutivo y judicial. No será, es cierto, un poder *jurídico*, reconocido y acatado por las leyes fundamentales del Esta-

do. Pero, como verdadera necesidad social de los países modernos, es un poder de *hecho*, garantido por las propias cualidades intrínsecas que él posee: autoridad y fuerza.

En efecto, la Prensa efectúa el magisterio de las muchedumbres. El periódico levanta a diario una cátedra de educación social. De esta cátedra emanan sin intermisión lecciones eminentemente prácticas, cuya verdad o engañosa apariencia puede contrastarse con la realidad, impresionante y viva.

Los vibrantes ecos de las lecciones, que todos los días da la Prensa, no pueden perderse estérilmente en el aire, porque están fijados en la letra de molde. Y además, el radio de su potencia acústica salva el estrépito del tranvía, del taller o de la fábrica, donde no es fácil oír la insinuante y suave voz del libro, extendiéndose también hasta la intimidad en donde jamás se permitió acceso a la conversación del compañero.

El periódico, con su enorme poder sugestivo, moldea, informa y define la psicología del lector, de una manera lenta, pero segura. Por otra parte, el periódico se halla ya suficientemente difundido. La lectura de la Prensa constituye ya una verdadera necesidad espiritual, lo mismo para el obrero que para el hombre de estudios o de negocios, para los jóvenes y aún para los mismos niños. En los tiempos venideros, acentuada cada vez más la dependencia interindividual en la vida humana, acrecerá también la importancia social y educadora de la Prensa. Así, pues, ¿quién puede calcular la inmensa labor que el periódico puede desarrollar en la propaganda y difusión del ahorro, elemento tan imprescindible para el progreso de los pueblos?

La propaganda del ahorro podrá adoptar en la Prensa la forma siguiente:

1.° Semanalmente se insertará en los periódicos una página especial dedicada al ahorro. Creemos sumamente fácil recabar esta reforma en las Empresas propietarias de periódicos, porque ya existen muchos diarios que todas las semanas dedican páginas especiales al libro, a la medicina, a la agricultura y a los deportes.

Referida página contendrá dos secciones principales: Una, que podríamos llamar financiera y estadística, donde se estudiará la marcha del ahorro en la nación, región, provincia, etc., según la índole y carácter del periódico. Otra, instructiva y amena, dedicada a vulgarizar la necesidad y ventajas del ahorro. En esta sección han de tener cabida lo mismo el artículo serio que adoctrina al pueblo sobre las tristes consecuencias de la imprevisión y del despilfarro, que el cuento ligero donde, entre primores de imaginación y gracias de estilo, vaya envuelta una alta lección moral sobre el ahorro. Y nunca deben omitirse unas columnas destinadas al relato de vidas humanas ejemplares; vidas de hombres célebres—grandes filántropos, poderosos industriales, altos intelectuales—que, nacidos en la pobreza, con el trabajo y con el ahorro, triunfaron de la vida y procuraron después hacérsela más fácil a sus semejantes. Payot, en su obra *La educación de la voluntad*, escribe a este propósito: “Nada vale tanto para sostener el entusiasmo moral como la contemplación de vidas puras, sencillas y heroicas. Este ejército de grandes testimonios nos ayuda a combatir en la brecha. En la calma y en la soledad, el conocimiento de las grandes almas de los mejores siglos fortalece de un modo maravilloso la voluntad”.

2.° Algunas veces, sobre todo con motivo de la anual Fiesta del Ahorro en 31 de Octubre, podrán



solicitar de las redacciones de la Prensa gráfica informaciones especiales acerca del funcionamiento e instalación de las Cajas de Ahorro, acompañando estas informaciones de fotografías, etc.

La previsión tiene su personificación más acabada en las Cajas de Ahorro. Por eso, todo lo que sea llamar la atención del pueblo y estimular su interés por estas Instituciones, es también difundir el ahorro mismo.

## VII.—PROPAGANDA Y DIFUSION DEL AHORRO EN EL TEATRO Y EN EL CINEMATOGRAFO

El Teatro, en su calidad de manifestación artística, ha ejercido siempre una gran influencia, lo mismo en la elevación espiritual del individuo que en la educación de las multitudes.

Es verdad que la Historia es “maestra de la vida”. Pero en el Teatro la vida retrátase con las pinceladas del sentimiento y encarna en personajes vivos también. La fuerza emotiva adquiere su grado sumo en la escena, con el lenguaje, el vestuario y el decorado. El Teatro arrastra con su enorme poder sugestivo. Y llega un momento en que el espectador cree absolutamente verídicos los motivos teatrales, olvidándose de que asiste a la representación de una farsa.

Es verdad que la Historia es “maestra de la vida”. Pero la Historia nos aleja del momento presente. Y además, nos hace convivir con los hombres y con los pueblos tan sólo en los momentos muy notables, prósperos o adversos, de su existencia.

En cambio, en el Teatro afloran las inquietudes espirituales del momento presente. El Teatro efectúa verdaderos análisis, verdaderas *radiografías* psicológicas, que nos muestran la vida del hombre actual, con sus luchas diarias, con sus virtudes y defectos cotidianos.

Hemos apuntado estas ligeras observaciones sobre la eficacia educadora del Teatro, en sus fundamentos principales, para deducir, como consecuencia, que ha llegado la hora de incorporar el Teatro a la legión salvadora de agentes propulsores del ahorro en nuestra querida región castellano-extremeña.

Y lo que hemos afirmado del teatro, lo aplicamos también al cinematógrafo, subrayándolo vigorosamente. El poder sugestivo del cinematógrafo, como el del teatro, estriba en que con procedimientos intuitivos influye directamente sobre la parte afectiva del individuo y de las multitudes. El cinematógrafo, en la primera fase de su existencia, únicamente se empleó como medio de distracción y de frivolidad. Pero albergamos la confianza y el deseo de que, en los venideros tiempos, servirá a los altos intereses de la cultura y de la paz universales. Ya comienza a defender esos intereses sagrados. Veamos nosotros de aplicarlo, en unión del teatro, a la propaganda de nuestros ideales de ahorro y de previsión. He aquí algunas maneras de lograrlo:

- 1.° Las Cajas de Ahorro ofrecerán premios en metálico, que sean remuneradores, a varias obras teatrales que lleven a la escena los trastornos que en el hogar, en el individuo y en la sociedad, producen la imprevisión y el despilfarro. Será, a nuestro juicio, condición indispensable el que dichas obras aborden el tema de una manera seria. Y no como se ha hecho algunas veces hasta el presente, empleando tan

sólo el procedimiento jocoso y el satírico, que desvían la atención del público hacia la forma, con preferición del fondo moral de la obra. Estas obras pueden representarse en las veladas que se organicen para la celebración de la anual Fiesta del Ahorro.

2.º También pueden ofrecerse premios para otras obras teatrales, de índole más ligera y amena, a propósito para ser representadas en escuelas, colegios, pensionados, etc. A base de estas obritas, que deben procurar hacer agradable y simpática la virtud del ahorro, pueden organizarse, en los referidos centros, veladas para conmemorar la Fiesta del Ahorro, en 31 de Octubre.

3.º Las Cajas de Ahorro emplearán, como un medio eficacísimo de propaganda, el cinematógrafo. A este fin se filmarán películas que reproduzcan el movimiento favorable de las masas hacia las Instituciones de crédito popular. Por ejemplo: Niños que hacen sus imposiciones en la Mutualidad escolar; obreros imponiendo cuotas en sus libretas, después de cobrar sus jornales en el taller o en la fábrica; manifestaciones populares y actos de propaganda en favor del ahorro, etc.

También pueden reproducirse en películas los beneficiosos efectos sociales y patrióticos del ahorro popular. Escuelas, viviendas y obras públicas, levantadas con préstamos de las Cajas de Ahorros; la gran obra de los Homenajes a la Vejez, a la cual tan cariñosamente apoyan y protegen las Cajas de Ahorros españolas, etc.

De este modo se estimulará poderosamente el interés y la confianza de las masas en las Cajas de Ahorro, mediante las cuales el dinero fecundado con el sudor del pueblo vuelve otra vez al pueblo, para fecundar nuevos sudores honrados.

Y al reclamar, con esta propaganda cinematográfica, la ayuda de todos para nuestras Cajas de Ahorro, les recordaremos que ello no es más que un medio para que todos se ayuden a sí mismos.

**FIN,**







LA FEDERACION DE CAJAS DE AHORROS  
DEL OESTE DE ESPAÑA LA INTEGRAN  
LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES:

MONTE DE PIEDAD Y CAJA DE AHORROS DE BADAJOZ.

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE CÁCERES.

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE PALENCIA.

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE PLASENCIA.

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE SALAMANCA.

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE VALLADOLID.

CAJA DE PREVISION SOCIAL DE SALAMANCA, AVILA Y ZAMORA.