

Algunas reflexiones sobre el cine como recurso didáctico

Trinidad Núñez Domínguez

3. ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE EL CINE COMO RECURSO DIDÁCTICO

Trinidad Núñez Domínguez (Universidad de Sevilla)

Al hablar de cine quisiéramos seguir subrayando su importancia como un agente socializador de gran potencia, porque muestra modelos de comportamiento, produce reacciones, transmite creencias, valores, ... (Núñez, 2008)²¹. Durante algún tiempo se le consideró como el máximo exponente de la huida de la realidad. Sin embargo, son muchas las personas que ahora lo consideran como testigo del mundo y, en ese sentido, se convierte en un espejo donde se refleja la realidad social y que participa en la construcción del conocimiento. Las películas hacen algo más que entretener: ofrecen visiones del mundo; movilizan deseos y sensaciones; influyen en nuestras posiciones y percepciones de la realidad y nos ayudan a construir la sociedad.

Hay que tener en cuenta, además, que el cine es un medio más cercano de lo que puedan señalar las estadísticas, porque lo tenemos “en nuestra propia casa”. Como hemos dicho en otro momento (Núñez et al, 2010)²², no hay que renunciar a ver cine en casa porque no supone una traición al 7º arte. Resulta una convivencia perfectamente posible. Aunque es cierto que la aparición de la televisión hizo “tambalearse” a la industria del cine, tanto un medio como el otro han conseguido una convivencia armoniosa. Puede decirse que la relación entre ambos medios es, en la actualidad, de buena hermandad. Tanto es así que la propia televisión se ha convertido en una aliada efficacísima en la promoción de películas exhibidas en la gran pantalla. Y no sólo publicitando títulos, sino entrevistando a actrices, actores, directores o directoras ... en programas de gran audiencia. Además, cada vez más empresas televisivas participan en su producción y luego pueden estrenarlas con un coste menor. Es un fenómeno que ya Munné²³ en 1994 señaló, denominándolo *mixmedia*, y con el que resaltaba la importancia (y la potencia) que puede alcanzar un medio dentro de otro.

²¹ NÚÑEZ, T. (2008): La mujer dibujada. El sexismo en las películas y en las series de animación. En F. Loscertales y T. Núñez (Coords.): *Los medios de comunicación con mirada de género*. Granada: Instituto Andaluz de la Mujer.

²² NÚÑEZ, T. et al. (2010): Las imágenes que enamoran. En F. Loscertales y T. Núñez (coords), *Familias y Medios de comunicación. Propuestas para un consumo responsable y evitar la adicción*. Sevilla: MAD.

²³ MUNNÉ, F. (1994): *La comunicación en la cultura de masas*. Barcelona: PPU.

Por su parte, el estilismo del cine ha inundado las pantallas de televisión. Un ejemplo lo tenemos en multitud de anuncios emitidos en ella que se han convertido en verdaderas películas, desarrolladas en menos de cuarenta minutos, y que se suelen encargar para su realización a directores o directoras de cine.

El cine como industria puede ser apoyado desde casa con el alquiler o compra de películas en cualquier soporte, lógicamente originales. Ahora bien, lo importante es que se “vea” o se “lea” *en compañía* para poder hacer un visionado crítico y enriquecedor de lo que se ve o lee. Las películas y las series de TV, al igual que ocurre con el cine, hacen algo más que entretener, teniendo efectos similares en la construcción de la identidad personal y social. Aunque *ver cine en casa* puede traer una reflexión más: ¿en qué medida se ve en soledad? Y, consecuentemente, ¿qué efectos puede tener ese tipo de visionado?

En la actualidad el cine ha encontrado un poderoso aliado: Internet. De hecho, y como confirma el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en 2008 dos tercios de la población española consume contenidos digitales, siendo la música (78%) y el cine (73%) los productos más solicitados. De tal forma, podemos afirmar que ya no sólo se acude a las salas de cine sino que se “consumen” de manera masiva películas a través de los ordenadores personales, en las propias casas. La consecuencia es que el cine sigue teniendo una gran trascendencia en la vida cotidiana de las personas, no siendo un medio “pasado de moda” (Núñez, 2009)²⁴.

De la misma manera, ver cine en grupo puede resultar una actividad terapéutica. Participar de una película debatida ayuda a romper esa, poco deseable, *soledad interactiva* y promueve el intercambio de ideas y el enriquecimiento compartido. Todo ello permite, sin duda, la matización de una identidad personal pero, sobre todo, la construcción de una identidad grupal y social; de una identidad comunitaria positiva. Sabemos que ésta es una función psicosocial que debemos esperar del cine: que facilite la interacción comunicativa, que es la antesala para mantener, y sostener, una actitud crítica y creativa... y, con toda probabilidad, proactiva y solidaria.

²⁴ NÚÑEZ, T. (2009): Análisis de la película *Planta 4ª*. Propuestas de trabajo. En M. Córdoba y J. Cabero (Coords.), *Cine y discapacidad*. Sevilla: MAD.

Creemos que la televisión o el cine pueden “mirarse” de manera positiva para que sean útiles. ¿Qué condiciones deben darse en una primera aproximación a una película o a una serie de TV para que éstas puedan resultar saludables? Como hemos mantenido en otros momentos (Núñez, 2009), y hemos expresado en las páginas anteriores, para analizar una película han de estar presentes estas tres dimensiones de contenido: mensajes; personas y contextos.

Entendemos que estos medios pueden propiciar la reflexión y debate sobre la violencia machista. Como ayuda brindamos la siguiente guía de análisis:

- Explicitar qué objetivos perseguimos con el visionado;
- Valorar qué película - o escena - respondería mejor a los objetivos marcados;
- Medir en qué momento y en qué espacio conviene proyectarla.

Una vez cumplimentados estos tres puntos, hay tres momentos que requieren acciones específicas:

- ANTES de la proyección: hacer una brevísima síntesis de la película, resaltando aquellas cuestiones en la que deben fijarse de una manera especial.
- DURANTE la proyección: hacer uso de la pausa para subrayar algún aspecto importante.
- DESPUÉS de la proyección: motivar a la reflexión con una serie de preguntas que se han de llevar preparadas. A la vez, potenciar la formulación de otras preguntas, fomentando la creatividad del propio grupo.

Para facilitar la reflexión se ofrecen estas preguntas-guía: ¿Cuál es la primera impresión que le produce la película nada más verla? ¿Cuál es la situación que se plantea? ¿Dónde crees que radica el problema: en la situación en sí, en los personajes...? ¿Cómo resolvería el problema?

Se cerraría el proceso elaborando unas conclusiones finales.

Añadimos una ficha cinematográfica más, con el objetivo de que sirva como ejemplo a añadir a lo que hemos ido planteando.

Título: *La buena estrella*

Estreno: 1997

Nacionalidad: Española

Género: Drama

Duración: 98 minutos

Dirección: Ricardo Franco

Intérpretes: Antonio Resines, Maribel Verdú, Jordi Mollà, Elvira Mínguez, Ramón Barea, Clara Sanchís, Andrea Ramírez.



Argumento: Rafael es un hombre de mediana edad cuya vida transcurre anclada en la monotonía, un carnicero estéril de vida triste y solitaria. Un día auxilia a Marina, una muchacha tuerta a la que su novio Daniel estaba apaleando, y la lleva a casa. Aun sabiendo que Marina está embarazada de Daniel, ambos ven la posibilidad de cumplir unos sueños que, por distintas razones, a los dos les parecían imposibles: formar una familia y un hogar normal como todo el mundo.

Otros comentarios: Recibe cuatro Premios Goya: a la Mejor película, al Mejor director, al Mejor actor (Antonio Resines) y al Mejor guión original.

Orientaciones: Permite que se abra un debate en torno a estas preguntas: ¿Cómo se fija en las creencias de una mujer una relación de normalidad tan perversa? ¿Por qué hay mujeres que se ocultan a sí mismas las agresiones que reciben y construyen una narrativa equivocada de lo que les está ocurriendo? ¿En qué sentido podemos hablar de “Síndrome de Estocolmo Doméstico” o de “Síndrome de adaptación paradójica”?