

Educación en valores y cine

Making of. Cuadernos de cine y educación, 20, 2003, 16-30. (ISSN1137-4926).

Julio Cabero Almenara
(Universidad de Sevilla)

cabero@us.es

<http://tecnologiaedu.us.es>

1.- Algunos comentarios iniciales.

Afirmar que en la sociedad en la cual vivimos los medios de comunicación de masas, cumplen un importante papel, posiblemente, por no decir seguro, no es afirmar nada nuevo. Nuestra sociedad, estemos o no de acuerdo con ella, es completamente mediática, de forma que la cultura, el ocio, la economía y la educación, giran alrededor de ellos. Sería imposible hoy comprender nuestra sociedad sin los mismos, es más, ésta sería completamente diferente, ni mejor ni peor, pero si diferente. Es más algunos autores han asociado, el desarrollo y auge de la democracia occidental con la presencia de estos medios. Y en cierta medida es cierto, ya que son precisamente en los países de corte autoritario donde limitan su presencia y se controlan sus mensajes.

Su impacto, como hemos dicho alcanza a todos los sectores, aunque aquí nos vamos a referir a uno de ellos: su influencia en la configuración y construcción, social y personal, de los denominados valores. Valores que como indica el psicólogo César Coll (1987), son unos principios normativos que presiden y regulan el comportamiento de las personas en cualquier momento y en cualquier situación. Estos valores son los que nos hacen formar parte de una colectividad y establecen nuestros marcos de actuación cognitiva y afectiva ante determinados aspectos y situaciones frente a los que tenemos que responder o valorar como personas.

Como señala Gervilla (2002, 55): “La existencia del ser humano, en cuanto humano, es imposible sin un conjunto de valores que orienten y den sentido a la persona como individuo y como miembro de una sociedad.” Dicho en otros términos, no podemos olvidar que los valores son consustanciales a la persona humana, y de tal importancia que es lo que marcará la “calidad y humanidad”, de la persona en particular, y de la sociedad en su globalidad.

Dada la importancia que los mismos tienen para la persona, es lógico suponer que la escuela, como institución creada por la sociedad para la formación de sus miembros deba tender a su formación integral y por tanto cuidar no sólo los aspectos cognitivos sino también los actitudinales y de los valores. Pero siempre teniendo en cuenta, como acertadamente indica

Fernández Batanero (1998, 43): que “una educación basada en valores, no consiste en enseñar, ni mucho menos en imponer a los alumnos valores “correctos” o “incorrectos”; es más bien un enfoque para ayudar a los alumnos a actuar de acuerdo con sus propios valores autónomamente elegidos”.

Y desde esta perspectiva desde la que la anterior Reforma Educativa, instituía a través de los temas transversales un sistema de planificación curricular para la toma de decisiones en el terreno de la educación en valores. Estableciéndose en la misma que se deberían de desarrollar tres tipos de contenidos: hechos, conceptos y principios; procedimientos; y actitudes, valores y normas. Persiguiéndose con el último, como señala Bolívar (1992, 30): el valorar, saber comportarse, respetar, tolerar, apreciar, preferir, sentir, valorar, aceptar, etc.; es decir, perseguir con ello una formación integral de la persona. También en esta Reforma se indicaban una serie de grandes ámbitos de los contenidos transversales: la educación para la salud, la educación ambiental, la educación moral, para la paz y la convivencia, la educación para el consumo, la educación vial, y la coeducación. Como ejes vertebrados y formadores de un conjunto amplio de valores. Por su parte en el currículum educativo oficial en Andalucía se establece en los Decretos 105, 106 y 107 de 9 de junio, los siguientes grandes valores que debe de potenciar el sistema educativo: autonomía moral o criterio propio, solidaridad, tolerancia, respeto a diferentes opciones, educación para la paz, resolución de los conflictos de forma no violenta, e interculturalidad.

Valores que en alcanzan un conjunto más amplio de los expuestos, como podemos claramente observar en la lista que nos ofrece Tierno (1996), aunque también tenemos que señalar que no se acaban en ellas: autenticidad, autoestima, autoridad, bondad, calma, esfuerzo, dignidad, comprensión, fortaleza, firmeza, gratitud, gozo, intelectual, honradez, hospitalidad, humanidad, humor, ideal, identidad, ilusión, imaginación, justicia, libertad, optimismo, placer, respeto, responsabilidad, sinceridad, silencio, sencillez, o voluntad.

En resumen, los valores son las creencias que orientan a la persona hacia planes específicos de acción y hacia la reflexión, y configurar de esta forma su situación y posición dentro de un grupo social y de un modelo de sociedad específico. No cabe la menor duda que el “valor” de una sociedad”, depende de los valores, valga la redundancia, que en ella se movilizan y se potencian. Valores que pueden ser impulsados tanto por la presencia como por la ausencia.

Estos valores se conforman en la persona a través de diferentes elementos de influencia, que van desde la escuela, la familia, los círculos de amigos, y como aquí analizaremos, también a través de los medios de comunicación social. Y a ellos a continuación nos vamos a referir, pero digamos desde el principio, que éstos presentan incluso una fuerte competencia para la escuela como institución social tradicional donde por lo general sus miembros adquieren los

conocimientos, ya que como señala Salinas (1992, 253): “La mayor parte de los contenidos, de las actitudes, de los modelos que el individuo adquiere, y que antes obtenía en la escuela, ahora le llegan por unos canales que el medio escolar no controla.”

Con ello no queremos entrar en las expresiones míticas que llevaron a algunos autores a anunciar la muerte de la escuela o a proclamar su desaparición, pero si asumir que la realidad es que paralela a ella se ha creado otra institución formativa mediática, que tiene un fuerte impacto sobre la persona, aunque posiblemente no tanto en el dominio cognitivo y conceptual, como en el afectivo y volitivo. Valga como ejemplo de lo que decimos, el resultado encontrado por González Blasco (2000) en su estudio sobre los jóvenes españoles, que cuando les preguntó a respecto al lugar donde creían que se decían las cosas más importantes en cuanto a ideas e interpretaciones del mundo, el 53% contestó que en la casa con la familia, el 47% que entre los amigos, el 34% que en los medios de comunicación, el 22% que en los libros, el 19% en los centros de enseñanza, el 3% que en la Iglesia, el 3% que en ningún sitios, y el 1% en otros sitios. Es decir, nuestros jóvenes, y posiblemente los datos pudieran extrapolarse a muchos de los países de la denominada sociedad occidental, consideran con un porcentaje que casi duplica a la instituciones escolar, que los medios de comunicación son más significativos que aquella para el conocimiento de las cosas importantes que ocurren en el mundo, o para interpretarlo.

Creo que no decimos ninguna locura, al afirmar que la realidad es que los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como educadores informales, es decir como instrumentos que la sociedad utiliza entre otros motivos para formar en los valores y patrones culturales a sus ciudadanos (Orozco y Charles, 1992). El cometido de los medios de comunicación de masas cada vez se centra más en dos aspectos significativos: proporcionar, por una parte las bases sobre las que los grupos y clases construyen la imagen de las vidas, significados, actividades y valores de otros grupos y clases, y suministrar, por otra la totalidad de la sociedad, compuesta por todas esas partes fragmentadas y separadas. (Masterman, 1993). Es decir, tener en cuenta que el cometido de los medios, va desde la información, hasta la persuasión y el adoctrinamiento.

Pero en este análisis de los medios es importante no perder de vista, como nos sugiere Thompson (1998, 26), que “resulta importante recalcar que la comunicación mediática posee una dimensión simbólica irreductible, se ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben. Pero aquí deberemos también tener en cuenta diferentes aspectos, ya que como nos señala el autor anteriormente: “resulta fácil perder la perspectiva de esta dimensión simbólica y pasar a preocuparse de las características técnicas de la comunicación mediática”. (Thompson, 1998, 26). Dicho en otros términos, en el análisis de los medios no deberemos de perder de vista que son instrumentos de comunicación, que por sus mensajes y elementos simbólicos influyen en las

personas, y no dejarnos desbordar por sus aspectos técnicos e instrumentales, que nos llevan a análisis vacíos y huecos.

Realizados estos comentarios es el momento de precisar qué vamos a entender por ellos, y digamos que en nuestro trabajo los vamos a conceptualizar como: “aquellos sistemas mediáticos de información unidireccional que de forma individual o en interacción, transmiten mensajes a una serie de personas “a priori” desconocidas y de forma simultánea” (Cabero y Loscertales, 1998, 82).

Estos medios configuran una verdadera galaxia, que va desde los impresos (periódicos, revistas,...), a los audiovisuales (televisión, cine, ...), hasta los telemáticos (multimedia, Internet, ...). Medios que comparten de acuerdo con McQuail (1985) una serie de características básicas: sus mensajes pueden llegar a cualquier persona, a veces incluso sin la necesidad de disponer de equipos receptores, se dirigen a públicos amplios y heterogéneos, la comunicación se transmite a través de diferentes medios técnicos, el emisor y receptor situado a diferentes distancias espaciales y temporales, aunque los receptores se desconocen comparten algunas preferencias, por lo general se tiende a la no existencia de un feed-back entre receptor y emisor, y tienden a potenciar más un proceso informativo que comunicativo.

Como ya señalamos nosotros en otro trabajo (Cabero y Loscertales, 1998, 87-89), desempeñan una serie de funciones básicas en nuestra sociedad, como son: transmisión cultura/informativa, entretenimiento y diversión, socializadores y de reforzadores de normas sociales, concienciación, de vigilancia del contexto social, interpretadores de la realidad, educativa, y económica. Al mismo tiempo y como nos sugiere Roiz (2002, 20): “Los medios de comunicación son instituciones mediadoras entre la realidad, lo real y los diferentes planos de la actividad social, como las representaciones colectivas, los sistemas de valores y creencias compartidas y las ideologías y utopías, entre las más importantes”.

Realizados estos comentarios iniciales, pasaremos a abordar la temática central que nos ocupa: “Educación en valores y cine”. Y ello podemos analizarlo desde una doble perspectiva, una referida a las posibilidades que tiene el cine como instrumento para la formación de valores en los ciudadanos, y otra, la formación de valores en los estudiantes mediante la utilización del cine en el aula; y ambos planteamientos serán tratados en nuestro trabajo.

2.- El cine como elemento para la formación de valores.

Creo que para comenzar nuestro análisis es importante tener en cuenta desde el principio dos aspectos. En primer lugar, que en nuestra sociedad occidental y fundamentalmente

desde el momento histórico de la sociedad industrial, el control y la persuasión de sus ciudadanos se establece más de forma indirecta que mediante la coacción y la violencia de las personas; es decir, se establece más a través de elementos indirectos que mediante la represión y coacción de las personas. Y sin lugar a dudas, a asumir que uno de los elementos más utilizados para esta persuasión son los medios de comunicación social; es decir, se trata de establecer a través de o por ellos, un modelo de sociedad, persuadiendo de forma consciente e inconsciente a sus individuos para mantener y perdurar el orden social establecido por la clase social dominante y los “club culturales” imperantes, de forma que sus normas y conductas, se instituyan y reconozcan como las válidas y significativas de esa sociedad. Y al mismo tiempo, eliminar, o presentar como perniciosos el resto de conductas, actitudes y valores.

Y en segundo lugar, que uno de los medios que más han influido para la creación de la sociedad de la imagen y la persuasión, han sido primero el cine y después la televisión. Los cuales influyen, y no tanto por el plano racional sino fundamentalmente por lo emotivo y afectivo, y los cuales persiguen más la concienciación y modificación de las actitudes y valores de las personas, que su formación cognoscitiva. Aunque posteriormente matizaremos nuestros comentarios, estamos inicialmente de acuerdo con Gervilla (2002, 57), cuando afirma con rotundidad: “De los medios podemos renegar pero no negar”; es decir, estaremos o no estaremos de acuerdo sobre ellos, pero no podremos olvidarnos que influyen y construyen nuestra realidad social y cultural.

No estaría mal comenzar nuestro análisis reconociendo que en nuestra sociedad los medios de comunicación social, cada vez desempeñan con más fuerza la función de transmitir y perdurar los valores de la cultura establecida. Recuérdese por ejemplo el interés mostrado últimamente por el presidente de los EE.UU., para por una parte poder utilizar los medios de comunicación para transmitir informaciones, verídicas o no, sobre la problemática de la guerra con Irak; o como el mismo país comenzó a producir publireportajes específicos para los países árabes, destinados a cambiar la imagen que en éstos se tiene del pueblo norteamericano.

Estas posibilidades que los medios tienen para crear y configurar estereotipos y realidades, ha despertado siempre el interés que cualquier partido político o “club cultural”, por controlarlas y supervisarlos. No creo que exista ningún país, donde los medios sean completamente libres e independientes, todos, y debe de ser así, responden a círculos concretos de entender la vida.

Por otra parte no podemos olvidarnos que hoy en día más que hablar de medios de comunicación social específicos, deberíamos de hablar de verdaderas galaxias de medios o industrias culturales, que llegan a proponer, y por supuesto con una misma carga ideológica, una

visión del mundo. Es decir, el efecto y la persuasión se nos hace llegar no sólo por un medio, sino por la combinación de ellos: cine, televisión, música, internet, prensa, radio y videojuegos.

A la hora de analizar la influencia que el cine tiene para la creación y potenciación de valores en las personas, tenemos que partir por comprender que esta influencia es consecuencia directa de un doble aspecto; por una parte, del poder que se le concede como medio, y por otra por los contenidos concretos transmitidos. Es decir, tener presente que el medio ya en sí presenta un significado, y algunas veces elevado, para las personas.

Todos estaremos de acuerdo que en nuestra sociedad a los medios de comunicación se le conceden un poder absoluto y relevante, frases como “lo ha dicho la tele” o “lo he visto en el cine”, llegan a configurar una realidad mediática y unas expectativas sobre ellos que superan con crece la realidad física y las posibilidades que tienen. Con ello lo que venimos a querer decir es que el medio, el envoltorio del mensaje, e incorporando en él tanto el componente técnico como sus lenguajes, en sí mismo ya tiene unas influencias para el receptor. Como bien matizó el filósofo de la comunicación McLuhan con su frase mítica “el medio es el mensaje. Recuérdese por otra parte y creo que vale como ejemplo de lo que indicamos, el número de personas que se “apuntan” para hacer de público en los programas de las cadenas televisivas, con la única pretensión de poder decir que “ha salido en la tele”, como si ello supusiera el haber conseguido una imagen social representativa y valorada positivamente.

Como hemos dicho esta influencia sobre los valores, no viene exclusivamente por la potencia cognitiva y afectiva que se le tiende a conceder al medio, sino también, como es lógico suponer por el propio contenido que transmite. Y en este sentido estamos de acuerdo con Roiz (2002, 74) cuando afirma que: “... los contenidos de los mensajes no son inofensivos sino ofensivos”.

Un caso típico de lo que hablamos son las películas de la factoría Disney, donde los diferentes estudios y análisis que se han realizado sobre ellas (Dorfman y Mattelart, 1987; Granado, 2002), han puesto claramente de manifiesto que los infantiles e inocentes dibujitos reflejan patrones y arquetipos culturales, y propuestas ideológicas específicas de un estilo de vida. “Hablar de Disney en nuestra sociedad actual es mucho más que hablar de una productora de Dibujos Animados. El fenómeno Disney va más allá del atractivo de una película animada para el público infantil. Su extensión y popularización alcanza a todos los rincones del mundo” (Granado, 2002, 127-128). Y con ello se consigue tener fuertes influencias culturales y sociales en diferentes partes del planeta: “... mientras los marines pasan a los revolucionarios por las armas, Disney los pasa por sus revistas. Son dos formas de asesinato: por la sangre y por la inocencia.” Dorfman y Mattelart (1987, 58),

Granado (2002, 133-136) al analizar en su tesis doctoral la posibilidad que tienen las películas Disney para ser utilizadas en la escuela, llega a señalar una diversidad de valores que transmiten de forma inconsciente las mismas, en concreto apunta los siguientes: exaltación del capitalismo, occidentalización, falsa moral, sexista, potenciación de la propiedad privada incluso a nivel de sentimientos, resignación social, maniqueísmo de las relaciones sociales presentando grupos claramente dicotómicos “los buenos” y “los malos”, inmovilidad del estatus social, sometimiento jerárquico, sentimentalismo fácil, y manipulación psicológica y antropológica.

Creo que todos estaremos de acuerdo que el mundo que se nos ofrece en todas las películas Disney es de exaltación de la sociedad capitalista, donde todo es perfecto, no hay traumas, y los roles de “buenos” y “malos” están claramente perfilados, justificados, y asumidos. Donde los valores occidentales se presentan como los únicos válidos y positivos, y se transmite y se impone una única forma de vida: la pertenencia a una familia con raíces profundas, el valor del esfuerzo personal, donde el trabajo tiene que estar perfectamente terminado hasta el último detalle, las leyes de la naturaleza nunca deben de ser contrariadas, debe de existir un respeto el respeto a la autoridad, el agradecimiento a los bienhechores... En estas películas los roles que se le asignan a la mujer son mínimos y cuando aparecen representan un rol fuertemente estereotipado y con un fuerte reflejo de sometimiento y de mantenimiento de las buenas normas y conductas sociales establecidas.

En este caso del rol femenino incluso cuando se quiere dar la impresión contraria para quitar cierto sabor tradicionalista de las películas de esta factoría cultural, con la imagen y el discurso de la acción se tiende a reflejar el papel tradicional siempre asignado a la mujer en las películas de la factoría Disney. Valga como ejemplo, que aunque a Bella se le presenta como una muchacha diferente a las demás de su pueblo, que se la presenta como incultas y con las únicas intenciones de casarse y cuidar de sus hijos y maridos, y en contrapartida a ella se le muestra como fuertemente interesada por la lectura y una curiosidad por saber sobre lo que ocurre en el mundo. La realidad es que posteriormente en la película se ofrece la imagen tradicional de siempre respecto al género femenino, ya que no hay ninguna secuencia concreta en la que utilice esta preferencia, mostrando al mismo tiempo raramente una actitud reflexiva, sino más bien emocional e impulsiva.

Otro de los aspectos más significativos de las películas de Disney nos lo encontramos en las imágenes sociales que se transmiten respecto a la resignación social que debemos tener respecto al orden social establecido; orden que se nos presenta fuertemente jerárquizado y donde los estatus sociales tienden a ser inamovibles. Y además de tal presentación se nos presenta que todos son felices desempeñando y asumiendo su rol, pues la felicidad radica en asumir y desempeñar el papel que “divinamente” le ha sido asignado; siendo los infelices los que se revelan contra el orden establecido.

En esta línea de análisis de los diferentes mitos y valores que tienden a transferirse a través de los medios de comunicación y por tanto del cine, Correa (2001) ha llamado la atención sobre la tendencia a marcar los siguientes: individualismo y la decisión personal, tendiéndose a presentar que la libertad se ampara en lo individual y en la privatización; la neutralidad de las diferentes instituciones, de la iglesia, del estado y de los jueces; de la naturaleza humana inmutable, ya que no cambia lo mismo que tampoco cambia el mundo; de la ausencia de conflictos sociales; y por último, el del pluralismo de los medios ya que reflejan las diferentes ideologías y posiciones de la sociedad.

Reconociendo que podríamos decir que este número de valores y tendencias, bien pudiera no ser real y depender de cada película y mensaje concreto, puesto que sería una incongruencia por nuestra parte pretender decir que transmiten los mismos valores películas del neorrealismo italiano que las de la serie de la “Guerra de las Galaxia”; o afirmar que las obras dirigidas por J. Ford, Elia Kazan, Bertolucci, Amenabar transmiten las mismas ideas y valores que las de Ron Howard, Donald Petrie, o Sam Weisman. También lo es que que hay un conjunto, posiblemente el mayoritarios de películas, que se encuentran diseñadas y perfiladas por los mismos principios, y tienden a transmitir valores similares. Como señala Ramonet (2001, 9): “Dentro del sistema actual, las obras filmicas demasiado originales o demasiado personales no reciben ningún estímulo. Por el contrario, los nuevos gigantes de los medios estimulan las sensibilidades comunes y corrientes que están relacionadas con los valores tradicionales (éticos, morales, normativos, retóricos, novelescos, dramaturgicos) indiscutidos y que se repiten hasta la saciedad lo que todos admiten sin resistencia alguna”. Y ello es cierto, ya que existe un tipo de película, donde todo está claramente perfilado, los roles asumidos, y los valores establecidos, y con una clara venta del modelo de vida americano, que van funcionando constantemente en el mercado; es como decir: “si has visto una, ya has visto todas”.

La globalización no sólo se desarrolla a nivel económico sino también cultural, y para ello se ha elegido la penetración de un modelo de vida determinado, el modo de vida norteamericano, a través de los medios de comunicación en general y del cine en particular. Cada vez nuestros adolescentes, quieren parecerse más a eso chicos que aparecen en las películas de la “industria cultural americana”, con sus gorras, vaqueros, comidas, movimientos y estándares. Para ello, se utiliza, por una parte unos contenidos que promocionan determinados valores que garantizan el éxito al que los posee, y se utiliza un tipo de narrativa y estructura lo suficientemente simple y lineal, para no demandar del espectador fuertes esfuerzos cognitivos. De forma que el mensaje y su carga ideológica, tanto lo directo como lo subliminal, entren sin ningún esfuerzo en nuestro repertorio conductual y actitudinal.

Este fenómeno de la estandarización de ciertos valores y principios en el cine, se inició hacia mediados de los años cincuenta, cuando una generación de cineastas norteamericanos e

ingleses, procedentes de la televisión impusieron en la pantalla cinematográfica la simplicidad estilista de los folletines, de las series, de los espacios dramáticos o de las emisiones musicales. (Ramonet, 2001, 45).

En cierta medida podríamos decir que el cine, no todo el cine por supuesto, presenta una cierta violencia simbólica; es decir, una la violencia que nos impacta como consecuencia de sus mensajes y estructuras. Violencia que no es física sino psíquica, y que está influyendo para que prácticamente sin darnos cuenta se nos incorpore a un mundo específico, con unos valores concretos y unas percepciones únicas de la realidad. “La violencia simbólica que contienen los medios es, pues, el fundamento de un orden social controlado políticamente, que produce un conformismo ciego con las normas por parte de la mayoría de individuos miembros de la sociedad del bienestar”. (Roiz, 2002, 101). En definitiva hay un tipo, que desgraciadamente es el más visionado en los últimos tiempos y va en aumento, que persigue en líneas generales, bajo la supuesta idea del divertimento, crear un conformismo en las normas, valores y creencias de la política cultural establecida, estimulando la evasión sobre la realidad y de los problemas del mundo cotidiano.

No debemos de olvidar que el cine siempre ha sido uno de los medios de comunicación de masas más utilizados para transferir y presentar una “realidad no real” sino simbólicas, y que siempre ha tenido pretensiones más ocultas que el simple divertimento. Valga como ejemplo de lo que queremos indicar, como cuando la “... guerra fría era el telón de fondo político de una época. Muchas películas de ciencia ficción de estos años mostraban una temática común: la invasión de los marcianos sobre Estados Unidos, lo que no era más que una transposición de la pregonada amenaza soviética a ficciones cinematográficas” (Borderia, E. y otros, 1996, 400). O como mediante el cine se intentaba cambiar la imagen del comportamiento del ejército norteamericano durante la guerra del Vietnam, por no hablar de nuestra películas de la postguerra.

El cine no es simplemente un sistema técnico y estético, con efectos de sonidos, animaciones, de diversión y de distracción, sino que fundamentalmente es un sistema de representación y creación del mundo y de una realidad, bien sea de forma consciente o inconsciente; o mejor dicho que algunas veces lo vemos de forma consciente y otras veces no. Recuérdese al respecto, los comentarios que realizamos al comienzo de nuestra exposición cuando nos referíamos a que nuestra sociedad es persuasora, y utiliza para transmitir las normas y valores sociales establecidos, la violencia simbólica que se genera a través de los medios de comunicación social. Otros mecanismos diferentes que la violencia física y la coacción, y se apoya más en los medios de comunicación de masas y la violencia simbólica que generan.

Por otra parte en nuestra realidad cultural esta “violencia simbólica” es mayor como consecuencia directa, de ser una colectividad más consumidora que productora de mensajes mediáticos; en consecuencia cada vez más se nos está colonizando más culturalmente, y se nos están imponiendo formas, valores y estilos de vida, diferentes a nuestros originarios. Es decir, cada vez se nos está colonizando más por la industrial cultural cinematográfica americana y me temo que ello irá en aumento, pues nuestra producción cada vez es más limitada y el esfuerzo que la televisión podía desempeñar para la coproducción, lo está destinando a la producción de programas de baja calidad y sensibilidad.

No nos gustaría terminar este apartado sin hacer algunas referencias a la imagen social y a los valores que en el cine se refleja de nuestra profesión de docente. En este caso nos estamos refiriendo a las posibilidades que tiene el cine como medio de comunicación social para la creación de estereotipos. Estereotipos que de acuerdo con Quin (1993, 22) son: “... una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple. Es un proceso reduccionista que suele causar, a menudo, distorsión porque depende de su selección, categorización y generalización, haciendo énfasis en algunos atributos en detrimento de otros.”

De entrada es necesario reconocer que respecto a la problemática que ahora nos preocupa una persona que en nuestro contexto ha trabajado bastante sobre ella es la profesora Loscertales (Loscertales, 1999; Loscertales y Cabero, 1996).

La profesión docente, o lo que ocurre en las aulas ha sido una temática ciertamente recogida por este medio de comunicación, y con diferentes tratamiento que van desde el cómico hasta el dramático, desde manifestar su profesionalidad y reconocimiento social hasta indicar su aislamiento y falta de prestigio, o desde mostrar su seguridad hasta indicar la carga de violencia a la cual se ve sometido. Aspectos que podemos observar en títulos que van desde “El profe”, “Crisis en la aulas”, “Adios Mr. Chip”, hasta “Semillas de maldad”, o “El lenguaje de las mariposas”.

La profesora Loscertales tras la realización de diferentes estudios llega a las siguientes conclusiones, respecto a la imagen que se suele transmitir del profesorado en las películas realizadas en nuestro contexto:

- “- El profesor lo da todo de sí mismo, trabaja por vocación.
- Es el “salvador” de la humanidad y de cada ser humano.
- Es un formador: educa y transmite ideales y valores además de enseñar las materias del plan de estudios.
- Cálido y próximo: se comunica bien, comprende al alumnado y a sus compañeros.

- Presenta un modelo humano intachable en su personalidad y en su conducta social y profesional. (Loscertales, 1999, 40).

Aunque también, como es lógico suponer, se presentan una serie de valores negativos de nuestra profesión:

- “- El profesor se siente mal porque está mal conceptualizado y mal pagado.
- Los profesores son autoritarios y distantes (está subidos en tarima y no se dan cuenta de la realidad).
 - Sólo le interesan los conocimientos científicos y no preparan para la realidad.
 - Los alumnos y el profesorado no se comunican ni se quieren bien.
 - Los profesores son violentos y reciben violencia, tanto los profesores como las profesoras.
 - Cometan errores y hasta delitos impropios de lo que se espera socialmente de ellos” (Loscertales, 1999, 41).

Reconociendo que no todo el tratamiento es igual sino que depende mucho del medio concreto, no podemos dejar de mostrarnos de acuerdo que las investigaciones que se han realizado sobre la imagen del profesor en la sociedad (Cabero y Loscertales, 1998) y sobre la autoimagen que presenta el propio profesor, coinciden fuertemente con algunos de los aspectos señalados. Y en cierta medida indican lo que ya hemos comentado nosotros anteriormente, que los medios crean una actitudes, unos estereotipos y uno valores, sobre objetos, sujetos y profesiones.

No nos gustaría terminar este apartado sin señalar la fuerte contradicción que algunas veces se dan entre los valores transmitidos por la escuela, y los valores transmitidos por el cine. Y el gran esfuerzo que tiene que realizar el colectivo del profesorado para luchar con un competidor tan fuerte como es la denominada “escuela paralela”, que está llevando a la aparición de más enfermedades profesionales, a un cierto “estar quemado”, y a la disminución de su prestigio social.

3.- Pero no es oro todo lo que reluce.

De nuestra exposición se podría desprender que el cine como medio de comunicación social tiene una influencia directa sobre las personas. Idea que debe de ser matizable y es a lo que a continuación nos vamos a centrar, ya que los medios tienen un poder y una significación, pero posiblemente, y no podemos olvidarlo, no tanto como desde ciertos círculos se les ha incorporado.

Desde la investigación en el terreno de los medios de comunicación de masas y de acuerdo con los trabajos que en su momento formuló Wolf (1987 y 1994), podríamos distinguir diferentes tipos de corrientes y momentos en la misma, entre los cuales destacarían tres fundamentalmente: la teoría hipodérmica, la teoría de los efectos limitados y la teoría de los efectos a largo plazo. De ellas nos vamos a referir en este momento a las dos primeras, puesto que son las que se refieren más a la temática que ahora nos preocupa.

La teoría hipodérmica surge desde los planteamientos conductista del aprendizaje y los medios, mediante la cual éstos se perciben como instrumentos que provocan determinadas respuestas en los sujetos de forma unidireccional (Cabero, 2001); es decir, desde esta teoría se plantea que los medios son estímulos que influyen de forma directa y significativa en las personas configurando en ellos respuestas y modificando su repertorio conductual tanto en los valores y actitudes, como en las creencias. Como señalan McQuail y Windahl (1989, 94): "... considerar al contenido de los medios como una inyección en las venas de la audiencia, que se suponía que habría de reaccionar de un modo previsible".

Por tanto desde esta posición, las personas son consideradas "... como colectivo masificado al cual se le debe movilizar en una orientación prefijada de antemano por los poderes fácticos que dominan y son responsables de los medios... La relación se establece, por tanto, entre el medio y el receptor, obviando todas las posibles influencias mediacionales que pueden entrar en interacción en el contexto psicosocial y comunicativo concreto". (Cabero y Loscertales, 1998, 90).

Frente a esta teoría hipodérmica del funcionamiento y de los efectos de los medios de comunicación social, y dada su ineficacia para explicar muchas de las consecuencias de la interacción con los medios, se planteó la teoría de los efectos limitados. Como refleja Vilches (1993, 33): "... el continuo desarrollo de los estudios sobre la comunicación de masas... condujo a la conclusión de que los efectos de los medios sobre los individuos y los grupos eran mucho menos relevantes de lo que se había especulado y esperado. Se afirma entonces que la comunicación de masas no produce efectos en las audiencias sino que su función se traduce más en el refuerzo que en el cambio de actitudes."

Esta teoría llega a suponer un cambio rotundo en el planteamiento respecto a comprender los efectos de los medios, de manera que frente a asumir un efecto unidireccional de los medios sobre el sujeto se asume que la influencia de ellos no dependerá exclusivamente de los mismos, ni del individuo aislado y de sus características psicológicas, sino fundamentalmente de la estructura social en la cual éste se desenvuelve. "Esta forma supone una visión sociocultural de la investigación en medios, donde el contexto se presenta como

determinante de la interacción y el medio es concebido como un instrumento mediador cultural de transmisión de información y valores culturales” (Cabero, 2001, 482).

En definitiva lo que estamos viniendo a decir, es lo que también ha llegado a ocurrir en la didáctica respecto a las concepciones que se manejan respecto a como los medios influían en los estudiantes, donde ya se asume con normalidad que éstos no repercuten directamente sobre el aprendizaje, entiéndase éste tanto a nivel cognitivo, afectivo como psicomotor; sino que más bien se asume que los productos que se consigan en el aprendizaje mediado, son el resultado de una serie de influencias interactivas: actitud de los alumnos, papel del profesor, estrategias que utilicemos en los mismos, contenidos, contextos, objetivos, ...

Esta posición que durante bastante tiempo no ha sido bien asumida ni comprendida, sobre todo cuando nos referíamos a la posible influencia que los medios de comunicación tenían en la concreción de conductas violentas, y donde se ha llegado a asumir y a defender con cierta ligereza una fuerte y determinante asociación entre observar películas y programas de televisión violentos y la manifestación de conductas agresivas en los espectadores. Se está viendo transformada y ya se empieza a asumir que no podemos establecer una relación unidireccional entre las dos variables, observación de programas violentos y manifestación de conductas agresivas, ya que el simple hecho de que muchas veces vayan junta, como se dan casos, no es para generalizar y establecer una correlación positiva de consecuencia directa e inmediata de una sobre la otra. Como recientemente ha apuntado Jacquinot (2002, 28): “la correlación entre la violencia mostrada en los medios y las “conductas inmorales y criminales (versión de los años sesenta) o “la delincuencia juvenil (versión de los años noventas) no han podido ser probadas científicamente. La verdadera violencia se sitúa mayoritariamente en el entorno social.”

Posiblemente la influencia de los medios de comunicación, y del cine al que actualmente nos referimos, sea más bien indirecta, es decir, no tanto sobre el propio individuo influyendo para que de forma radical transforme sus escalas de valores, actitudes y su repertorio conductual, sino fundamentalmente sobre el contexto donde el mismo se desenvuelve, creando un estilo de vida, que el sujeto posteriormente se siente tentado a seguir, y de esta forma llega a influir en el individuo. Es decir el medio vendría a significar un elemento de refuerzo y reafirmamiento de las conductas, hábitos y actitudes. El individuo forma parte de una cultura y de un entorno social cercano en el cual quiere desenvolverse y moverse, y con el cual quiere compartir sus actitudes, valores y creencias, para no verse desplazado y asilado.

En síntesis podríamos señalar que cada vez se asume con más claridad y sin recelo, que la influencia de los medios sobre los individuos no es lineal, sino que existen una serie de variables que influyen y determinan los resultados, conductas, valores y actitudes que se

obtengan, y entre estas variables nos encontramos con la clase social, la edad, el género, el nivel cultural del espectador, su círculo social, y su formación. Ello nos lleva a señalar con toda claridad, que el análisis de los medios debe de verse desde una perspectiva más abierta y no sólo desde la influencia unidireccional de los medios.

Estos cambios han supuesto una verdadera transformación en la investigación y en las ideas que manejamos sobre ellos, en todos los sentidos, desplazando el centro de interés de los medios y sus características técnicas y estéticas, al resto de variables y dimensiones, que van desde el contexto en donde el sujeto recibe el mensaje, a sus propias características socioculturales y psicológicas. La investigación en lugar “de preguntarse qué es lo que los medios de comunicación hacen al público, las investigaciones se han preguntado qué hace el público con la televisión, en función de diferentes variables como el contexto económico y sociocultural que sin, sin lugar a dudas, juega un papel muy importante en el caso de la violencia” (Jacquinot, 2002, 29). Aspecto que ya anunciaba Humberto Eco, cuando en la década de los sesenta escribió un artículo que se denominaba: “El público perjudica a la televisión”.

Las nuevas investigaciones en medios, tanto las realizadas desde el terreno de las Ciencias de la Educación como desde la Ciencias de la Información, han demostrado que su efecto es más reducido de lo que cabría esperar e inicialmente se indicaba. Aspecto que por otra parte enriquece, tanto nuestra forma de intervenir sobre ellos, como las investigaciones que realicemos sobre los mismos. Y en este último caso, se nos ofrecen planteamientos más ricos e interesante que los movilizadas hasta el momento apoyados en las teorías tradicionales de la investigación en medios de comunicación y supone que las preguntas de la investigación se desplazarán del medios y sus características técnicas y estéticas, a la construcción de sus mensajes, a la participación del sujeto en la construcción del significado, y a la búsqueda de propuestas de utilización. También desde aquí la “responsabilidad” del efecto del medio no queda en él, sino que lo supera y alcanza a otros estamentos e instituciones como la escuela y la familia (Cabero, 2002). Que será un aspecto al que nos vamos a referir a continuación.

4.- El cine como fuente de educación en valores.

Esta relación que existe entre el cine y los valores, podemos también analizarla desde otro ámbito, y es el referido a la posibilidad de utilizar el cine para el desarrollo y la potenciación de determinados valores, que podríamos considerar como positivos para la sociedad en general y el individuo en particular: solidaridad, justicia, respeto al medio ambiente,... Con ello nos estamos refiriendo al viejo dilema de “enseñar y formar con el cine” o “enseñar y formar sobre el cine”. Es decir, utilizarlo como elemento formativo del estudiante en esta dimensión.

Este tipo de utilización pasa desde nuestro punto de vista por dos aspectos necesarios: uno se refiere a la elección cuidada y esperada de los mensajes filmicos que se van a utilizar, y dos aplicar sobre ellos una metodología concreta de utilización.

Respecto al primero de los puntos, ya hemos visto en el apartado anterior que el cine refleja imágenes de determinados colectivos y personas relacionados directamente con la educación, pero el cine como hemos ido diciendo a lo largo de nuestra intervención refleja las grandezas y miserias de la sociedad, sus personajes y situaciones. De ahí que una cuidada selección de películas por parte del profesor pueda ser útil para formar a los estudiantes en diferentes conductas y situaciones problemáticas, de forma que sirva para la reflexión a partir de su visionado y posterior discusión. Valga como ejemplo de lo que decimos, la relación de películas que a continuación exponemos que tratan diferentes temáticas, todas ellos interesante para la formación.

Película	Director	Temática
“El bola” (2000)	Achero Mañón.	Adolescencia, maltrato infantil, relaciones padres/hijos, adolescencia/amistad.
“La buena vida” (1996)	David Trueba.	Familia, descubrir la sexualidad, ...
“Historia de Kronen” (1994)	Montos Armendáriz.	Drogas, desorientación juvenil, sexualidad, amor,...
“Martín Hache” (1997)	Adolfon Aristarain.	Drogas, jóvenes, relaciones padres hijos, ...
“Las huellas borradas” (1999).	Enrique Gabriel.	El despoblamiento rural, los jóvenes y la naturaleza, el progreso y el pasado,..
“El octavo día” (1995).	Jaco Van Dormael.	Minusvalías, amistad, ...
“Eduardo manostijeras” (1990).	Tim Burton.	Ser diferente, diversidad, xenofobia,..-
“El chico” (1921)	Charles Chaplin.	Relación con la infancia marginada, amistad,...
“Calle mayor” (1956).	J.L. Bardem.	Falta de respeto a la mujer,...
“Ciudadano Kane” (1940)	Orson Welles.	Poder de los medios de comunicación social, política, ...

O las relaciones que constantemente se nos ofrecen en la revista de “Cuadernos de Cien y Educación”.

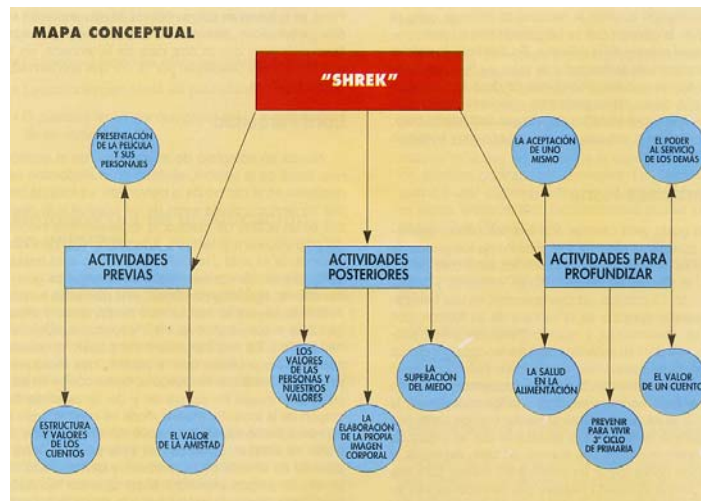
En esta misma línea digamos que una buena relación de películas y temáticas para ser utilizada en los centros de primaria y secundaria puede encontrarse en el trabajo que realiza Cobo (2002) sobre el aprendizaje respecto al cine. O en de Martínez-Salanova (2002), que nos ofrece como él mismo subtitula su libro: “Una visión didáctica para aprender e investigar con el cine”.

No debemos tampoco olvidarnos que el cine es arte, por tanto su utilización puede servirnos para aumentar el valor estético y el gusto por la actividad artística, y alcanzar una formación integral de la persona.

Ahora bien, como hemos dicho desde nuestro punto de vista no es suficiente con el visionado, sino que los resultados que se consigan con ella van a estar fuertemente condicionado por el tipo de utilización que hagamos, y las estrategias y actividades que movilizemos. Y en este sentido creo que podríamos proponer una forma de utilización donde se diferencien una serie de pasos:

- 1) Presentación de la película.
- 2) Visionado de la Película
- 3) Actividades.
 - a. Actividades centradas en el análisis de la película en cuanto a su argumento, estilo artístico, lenguaje, calidad de la imagen,...
 - b. Actividades para identificar los valores que se reflejan en la película.
- 4) Análisis de las actitudes, valores y contravalores que se reflejan en la película.
- 5) Transferencia de las situaciones referidas a los valores presentados en la película a situaciones reales y cercanas.

Dentro de las actividades, dos que pueden ser de gran interés son el “debate” y el “rol playing”. El primero consiste en una discusión dialogada sobre la película o diferentes tópicos presentadas en ella. Mientras que el segundo de los casos se refiere a que los estudiantes representen algunos de los personajes o secuencias aparecidas en el documento. En su aplicación es importante que los alumnos comprendan y conozcan las reglas por las cuales se regirá la actividad. En el caso del profesor el rol que desempeñará el papel de moderador de la actividades, realizando al final una síntesis de la actividad. Actividad que no tiene porque terminar en si misma, sino que puede dar pie para que los estudiantes realicen una síntesis o un trabajo escrito de profundización. Como claramente podemos observar en el esquema que se nos ofrece en la Guía Didáctica de utilización de la película “Shrek”, ofrecida en el número 12 de la Revista “Making of. Cuadernos de Cine y educación”.



Puede ser también de interés la realización de guías de trabajo para el análisis de las películas, que contengan diferentes actividades que lleven al estudiante a reflexionar sobre el argumento, su estructura técnicas, los valores transmitidos,... Como podemos observar en el ejemplo que presentamos a continuación para el análisis de la película "Cantando bajo la lluvia".



Observa ahora en qué tono está narrada toda la secuencia.
 ¿Se lo toma muy en serio el director que nos cuenta esta historia?
 ¿Por qué crees que nos lo cuenta en modalidad de parodia?

 ¿Qué se nos quiere decir al contárnoslo así?.....



En la columna de la izquierda vemos una serie de fotogramas, buen ejemplo de un flash-back para contar la «carrera» artística de Don Lockwood (Gene Kelly)?

En toda esta película se señala siempre el hecho de que, como todo arte, también el cine representa unas imágenes totalmente montadas y elaboradas en los estudios.



A través de las imágenes vistas habrás observado los diferentes oficios dentro del mundo del cine, así como la carrera ascendente del actor protagonista. Anota a continuación cómo es la evolución de la carrera del protagonista, mediante la enumeración de los diferentes oficios que va desempeñando.



Oficio	Carrera



Al final de esta secuencia aparecen bastante perfiladas las descripciones de dos de los personajes principales de la película: Don y Lina. Descríbelos.

Don

Lina



¿Qué tipo de puntuación de la imagen aparece uniendo los distintos planos de la secuencia?

¿Qué procedimiento cinematográfico se utiliza para unir los distintos planos de la secuencia?

¿Con qué signo de puntuación del lenguaje escrito lo compararías?

0 h. 10' 30"

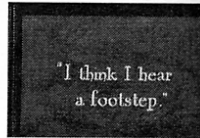
..... **B.3. La proyección de la película en su «premiere».**

Haz un breve análisis de lo que se puede deducir de la visión de la película muda que se estrena: *El espadachín enmascarado*.

actores	excesiva gesticulación, interpretación frontal, movimientos bruscos y atléticos, etc.
acción	desenfrenada, ...
rótulos	
música	

Estos elementos ¿qué cambios sufrieron cuando se inventó el sonoro y por qué?

Después del estreno de la película, se va perfilando el retrato de los personajes. Fíjate especialmente en el de Lina.



Todo ello nos lleva necesariamente a plantearnos un tema que supera nuestra intervención, y es la necesidad de plantear la formación, es decir la alfabetización, para

identificar los mensajes transferidos de forma clara, latente y oculto, que se presenta a través de los medios de comunicación.

Referencias bibliográficas

BOLIVAR, A. (1992): Los contenidos actitudinales en el currículo de la Reforma. Problemas y propuestas, Madrid, Escuela Española.

BORDERIA, E. y otros (1996): Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencia, Madrid, Síntesis.

CABERO, J. (2001). Tecnología educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza, Barcelona, Paidós.

CABERO, J. (2002). “Familia y medios de comunicación”, Diálogo, 233, 9-17.

CABERO, J. y LOSCERTALES, F. (1998): ¿Cómo nos ven los demás? La imagen del profesor y la enseñanza en los medios de comunicación social, Sevilla, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

COBO, M. (2002). Aprendiendo con el cine, Sevilla, Publicaciones MCEP.

COLLO, C. (1987): Psicología y currículo. Una aproximación psicopedagógica al currículo escolar, Laia, Barcelona.

CORREA, R.I. (2001): La sociedad mesmerizada, Huelva, servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.

DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1987): Para leer el apto Donald. Comunicación de masas y colonialismo, Buenos Aires, Siglo XXI.

FERNÁNDEZ BATANERO, J.M. (1998): Análisis y evaluación de materiales didácticos en educación para el consumo, Sevilla, Grupo de Investigación Didáctica.

GONZÁLEZ BLASCO, P. (2000): Jóvenes españoles, Madrid, Acento Editorial.

GRANADO, M. (2002): Disney en la escuela, Cádiz, Facultad de Educación de la Universidad de Cádiz, tesis doctoral inédita, 2 vols.

JACQUINOT, G. (2002): “La violencia de las imágenes televisivas y su impacto en las conciencias”, Comunicar, 18, 27-33.

LOSCERTALES, F. (1999): “Estereotipos y valores de los profesores en el cine”; Comunicar, 12, 37-45.

LOSCERTALES, F. y CABERO, J. (1996) (dir): La imagen social del profesorado y de la enseñanza... a través de los ojos del cine, en SALINAS, J. y otros (coord): Redes de comunicación, redes de aprendizaje, Palma de Mallorca, Universidad de las Islas Baleares, 299-306.

MARTÍNEZ-SALANOVA, E. (2002): Aprender con el cine, aprender de película, Huelva, Grupo Comunicar Ediciones.

- MASTERMAN, L. (1993): La enseñanza de los medios de comunicación, Madrid, Ediciones de la Torre.
- McQUAIL, D. (1985): Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona, Paidós.
- McQUAIL, D. y WINDAHL, S, (1989): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva, Pamplona, EUNSA, 2 ed.
- OROZCO, G. y CHARLES, M. (1992): “Medios de comunicación, familia y escuela”, Tecnología y Comunicación Educativas, 20, 63-76.
- QUIN, R. (1993): Enfoques sobre el estudio de los medios de comunicación: la enseñanza de los temas de representación de estereotipos, en APAICI, R. (cood): La revolución de los medios audiovisuales, Madrid, Ediciones de la Torre, 223-230.
- RAMONET, I. (2001): Propagandas silenciosas, Ediciones Especiales, Instituto Cubano del Libro.
- ROIZ, M. (2002): La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas, Barcelona, Paidós.
- SALINAS, J. (1992): Mass-media y educación social, en COLOM, A. y cols: Modelos de intervención socio educativa, Narcea, Madrid, 252-276, 2ª ed.
- THOPSON, J.B. (1998): Los media y la modernidad, Barcelona, Paidós.
- TIERNO, B. (1996): Valores humanos, Madrid, Taller de Editores.
- VILCHES, L. (1983): La lectura de la imagen, Prensa, cine y T.V., Barcelona, Paidós.
- VILCHES, L. (1993): La televisión, los efectos del bien y del mal, Barcelona, Paidós.
- WOLF, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas, Barcelona, Paidós.
- WOLF, M. (1994): Los efectos sociales de los media, Barcelona, Paidós.