

# La influencia del cine en la familia

Alfonso Méndiz

## 1. ¿De verdad influye el cine en mi vida?

Cuando oímos hablar de la influencia del cine en nuestras vidas, es fácil que asome a nuestro ánimo el escepticismo: ¡Otra vez la visión tremendista de Hollywood! En realidad, rara vez se ha hablado de ello desde una perspectiva antropológica. Ciertamente, el cine ha actuado siempre, desde sus orígenes, como un modelo conformador de actitudes y estilos de vida, como un espejo en el que todos nos miramos para decidir nuestros modelos y nuestras pautas de comportamiento a partir de una determinada percepción de la realidad. Veamos algunos ejemplos.

Una película como *Amadeus* (1984) cambió por completo la imagen cultural que de Mozart tenía el gran público; lo convirtió en un genio infantil, creador de obras sublimes y, a la vez, inmaduro y zafio. Pero no sólo cambió su imagen, sino que convirtió a ese músico de otra época en un ídolo popular y tremendamente actual. Provocó una auténtica "Mozart-manía": sus CD se vendieron por decenas de millares y llegó a ser un fenómeno cultural importante a mediados de los años ochenta.

Está también el caso de *Vacaciones en Roma* (1953), dirigida por William Wyler y protagonizada por Audrey Hepburn y Gregory Peck, que cambió por completo la imagen deteriorada y problemática que, durante los años cuarenta, había creado el Neorrealismo italiano en torno a la Ciudad Eterna. Las películas de Rossellini, Zavattini y Vittorio de Sica habían difundido un mito de decadencia; este filme, en cambio, hizo que los norteamericanos volvieran a ver Roma como "la ciudad del amor", un símbolo de la ilusión y del romanticismo.

Más decisivo aún fue el estreno en todo el mundo de *El Club de los poetas muertos* (1989). Dirigida por el australiano Peter Weir, contaba la historia de un joven profesor de Literatura (Robin Williams) que se incorpora a un elitista colegio privado en la América puritana de los cincuenta. Con sus nuevas formas de enseñanza (les hace andar por el patio, para que cada uno coja "su paso"; les anima a buscar su propia voz; les incita a ser actores, a leer poesía, a soñar con otras cosas que ganar dinero y seguir el patrón de sus mayores), se granjea la suspicacia de los directivos del colegio. Y su mensaje "Carpe diem!" —aprovecha el momento— provoca una verdadera revolución, a la par que termina en tragedia. Nadie pensaba que esta película pudiera influir en la conciencia de los jóvenes. Es más, por su temática de corte elevado (relaciones padres-hijos, libertad en la elección de la carrera, sistemas pedagógicos en conflicto) se pensó que a los chicos les aburriría, y que sólo podría interesar a padres y educadores. Bastaron unos pases previos para descubrir que la película despertaba un verdadero entusiasmo entre los adolescentes. Nuevos pases en institutos y colegios confirmaron esa tendencia, hasta el punto de que el filme era recibido como el abanderado de "la revolución docente" que los estudiantes de entonces ansiaban. Con estos datos a la vista, la productora del filme decidió cambiar por completo el marketing inicialmente previsto: se modificó el cartel, que iba a estar centrado en la figura del actor, para dar

paso a los jóvenes protagonistas; se promocionó como símbolo de la rebeldía estudiantil y alcanzó un éxito entre la juventud como no se había imaginado ni de lejos.

Por otra parte, las películas no sólo han influido en nuestra imagen de la realidad: de un artista, de una ciudad o de un sistema docente. A otro nivel, las películas han modificado también, y mucho, nuestra actitud hacia productos concretos y nuestras pautas tradicionales de consumo.

Citaré tan sólo algunos ejemplos especialmente memorables, todos ellos relacionados con la moda. En 1934, Clark Gable produjo un daño considerable a los fabricantes de ropa interior masculina cuando apareció sin camiseta en la película *Sucedió una noche*. Esa memorable escena recoge el momento en que, al llegar a un motel en una de las paradas del interminable viaje en autobús, se quitaba la camisa para así intimidar a la joven Claudette Colbert, que no estaba decidida a irse de la habitación. Que un ídolo como Gable vistiese —al menos en el cine— sin camiseta interior motivó que millones de americanos dejaran de usarla y, por tanto, de comprarla.

Habría que esperar diecisiete años para que Marlon Brando la recuperara en la película *Un tranvía llamado deseo* (1951). En ella, Brando aparece en buena parte del metraje con camiseta, pero ya no como prenda interior, sino como elemento básico de vestir, en sustitución de la camisa. A partir de entonces, y rebautizada como T-Shirt, se convertirá en el símbolo de la informalidad y el rechazo de lo establecido.

Algo parecido sucedió, por ejemplo, en la película *Rebecca* (1940). Los diseñadores de vestuario, para subrayar el origen sencillo y el carácter apocado e introvertido de la protagonista, Jean Fontaine, la habían vestido en numerosas secuencias con una chaqueta de punto: la indumentaria típica de las campesinas de la época. Era un símbolo visual constante de su condición de Cenicienta en un mundo aristocrático que le rechazaba. Pero el éxito comercial de la película —que consiguió el Oscar al mejor filme— hizo que esa prenda se pusiera de moda: pasó a ser el símbolo de lo sofisticado y moderno. La chaqueta de punto se vendió muchísimo en toda la década, e incluso llegó a ser conocida —al menos en España— con el nombre de la protagonista y del filme: Rebeca.

Por último, tal vez el caso más famoso de modificación de hábitos de consumo —y seguimos en el sector de la moda— la propició James Dean en la película *Rebelde sin causa* (1955). En buena parte de las escenas, su indumentaria básica es una cazadora: una prenda concebida —como su nombre indica— para las monterías y situaciones de caza. Pero la constante asociación del actor con esa prenda motivó la adhesión de los jóvenes a ella y la convirtió en todo un símbolo de la rebeldía juvenil<sup>1</sup>.

## 2. El cine como factor de socialización

Hemos visto algunos ejemplos relevantes de cómo una película cambia pautas de comportamiento, de consumo o de percepción de la realidad. Vamos a ahondar ahora en las razones de esa influencia.

---

<sup>1</sup> Algunos de estos ejemplos han sido analizados en otro estudio: Cfr. MENDIZ, Alfonso. *Nuevas formas publicitarias*, S.P.I.C.U.M., Málaga, 2007, 3ª ed., pp. 44-46.

El punto de partida es que el cine es hoy —lo ha sido casi desde su nacimiento— el medio de educación informal más poderoso que tenemos. Ya en 1917, durante la época del cine mudo, el Consejo Nacional de Moral Pública del Reino Unido publicó un informe titulado *El cine: situación actual y posibilidades futuras*, en el que se decía: “Puede dudarse si somos lo suficientemente conscientes de la fuerza y consistencia con que las salas de exhibición cinematográfica han atrapado a las gentes de este país. Las demás formas recreativas atraen como mucho a una pequeña parte de la comunidad; el magnetismo del cine, en cambio, es universal. En el transcurso de nuestra investigación hemos quedado impresionados por la evidencia, traída ante nuestros ojos, de la profunda influencia que el cine ejerce sobre el punto de vista intelectual y moral de millones de jóvenes”<sup>2</sup>.

Quizás esta afirmación pueda ser juzgada de catastrofista, pero lo cierto es que ha sido proclamada y defendida con periódica insistencia por diversos teóricos del Séptimo Arte. En la actualidad, ese juicio podría resultar aún más justificado por la creciente indiferencia respecto de los valores que se registra en la educación escolar y familiar. Como señalan Blumer y Hauser: “la influencia del cine parece ser proporcional a la debilidad de la familia, la escuela, la Iglesia y el vecindario. Allí donde las instituciones que tradicionalmente han transmitido actitudes sociales y formas de conducta se han quebrado (...), el cine asume una importancia mayor como fuente de ideas y de pautas para la vida”<sup>3</sup>.

Por lo que respecta a la educación reglada, es cierto que, cada vez más, los profesores se limitan a instruir —transmitir conocimientos— y renuncian a educar: transmitir un modelo de vida, unos valores, un ideal de comportamiento. Temen que se les critique de pretender “imponer sus creencias” a los alumnos. Ante esta crisis en la educación y en los valores, el cine adquiere cada vez más protagonismo como instancia educativa de los jóvenes: es el que dice a los jóvenes cómo deben comportarse y actuar, cuáles deben ser las relaciones familiares y de pareja, dónde está el bien y el mal, en qué consisten la felicidad y el fracaso personal. Una película como *Titanic*, que fue vista en los cines por 10’8 millones de espectadores en nuestro país (uno de cada cuatro españoles), ha influido sobre la consideración del noviazgo, el compromiso y las relaciones prematrimoniales más que todas las explicaciones en las aulas sobre estas materias.

En el fondo, el problema que subyace es el de la autoridad en la educación. Ante la indiferencia o la desorientación de los mayores, los jóvenes otorgan actualmente más autoridad epistemológica (conocimiento de la realidad) y más autoridad deontológica (valoración de la realidad) a las películas que a las clases de ética y de moral en la escuela, a las conversaciones orientadoras con sus padres y hermanos, o incluso a la evidencia misma de la propia vida familiar, experimentada durante años. Un afamado productor europeo, David Puttnam, reconocía abiertamente: “Soy consciente de que la mayor influencia cultural y social que tuve fue el cine. (...) Toda mi base ética se formó

---

<sup>2</sup> Cit. en: JOWETT, Garth & LINTON, James. *Movies as Mass Communication*, Sage, London, 1989, p. 76.

<sup>3</sup> BLUMER, Herbert & HAUSER, Philip. *Movies, Delinquency and Crime*. (Cit. en: PARDO, Alejandro. “El cine como medio de comunicación y la responsabilidad social del cineasta”; en M. Codina. *De la ética desprotegida. Ensayos sobre Deontología de la Comunicación*, EUNSA, Pamplona, 2001, pp. 117-141; la cita, en p. 122.

no en casa o en la iglesia, sino a través de las películas americanas de los años cincuenta. El despertar de un conjunto de creencias éticas con las que afrontar la vida, vino, en mi caso, del cine”<sup>4</sup>.

Esta perspectiva adquiere su justa proporción (más bien habría que hablar de “desproporción”) cuando advertimos el alcance —audiencias millonarias— que han logrado algunas películas demoledoras o, cuando menos, disolventes en lo que se refiere a la imagen de la familia. Filmes como *La naranja mecánica*, *Instinto básico* o *American Beauty* han superado en los cines de nuestro país los cuatro millones de espectadores: es decir, la han visto uno de cada diez españoles. Y en la mayor parte de los casos quienes las veían no eran conscientes de la amargura, el cinismo y el prejuicio hipercrítico en relación con la familia que esas cintas les habían dejado.

En perspectiva sociológica, este hecho permite afirmar la consolidación de un marco referencial común a través del cine. Cuando Andrew Tudor estudia las funciones del cine como institución social, señala explícitamente la función de *socialización*, que consiste en la consolidación de una cultura uniforme, socialmente compartida, homogeneizada en unos pocos valores (los políticamente correctos) que aluden a una moral relativista y hedonista. En ese marco, cualquier discurso —pronunciado en el aula o en la familia— que abogue por la disciplina, el sacrificio o la exigencia personal será rechazado por los destinatarios, que han sido previamente “educados” en otra moral y en otra visión de la felicidad: la que a diario asimilan en las películas y teleseries.

### 3. El cine como factor de legitimación

Pero esta homogeneización cultural y moral es sólo una parte del influjo que los filmes ejercen sobre las audiencias. Tudor señala, junto a la función de socialización, otra función de *legitimación*. “La primera —afirma— es el proceso por el cual las películas, como parte de nuestra cultura, nos suministran un ‘mapa’ cultural para que podamos interpretar el mundo. La segunda es el proceso más general por el cual las películas se usan para justificar o legitimar creencias, actos e ideas”<sup>5</sup>.

Hoy en día, el cine ha legitimado conductas y percepciones de la realidad que antaño provocaban el rechazo o la discrepancia de la mayoría de la población: se aceptan como inevitables, o incluso como “tal vez correctas”, por la carta de legitimidad que las películas les han otorgado. Entre otros elementos que afectan directamente a la familia y que el cine ha contribuido a legitimar, podrían señalarse:

— La homosexualidad, en cintas como *Brokeback Mountain*, *Philadelphia*, *Las horas* o *La boda de mi mejor amigo*.

— La convivencia durante el noviazgo: en teleseries de audiencia juvenil, como *Compañeros* y *Al salir de clase*, o en otras como *Aquí no hay quien viva*, *Los Serrano*, etc.

— La ruptura familiar —incluso el adulterio— como liberación personal. Entre otros filmes, cabe citar *Memorias de África* o *Los puentes de Madison*.

---

<sup>4</sup> Cit. en: PARDO, Alejandro. *La grandeza del espíritu humano. El cine de David Puttnam*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 2003, p. 46.

<sup>5</sup> TUDOR, A. *Cine y comunicación social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1975, p. 271.

— La eutanasia, con películas ideológicamente orientadas como *Million Dollar Baby* o *Mar adentro*.

Ciertamente, el cine ha sido siempre una “fábrica de sueños”. En ellos nos proyectamos y con ellos tratamos de configurar nuestras identidades. Por eso, porque es punto de referencia para nosotros mismos, el cine ha sido también comparado a un gran espejo en el que nos miramos y buscamos nuestro verdadero rostro. Lo que esa imagen autoriza a pensar o a actuar será asumido por nosotros como algo legítimo, validado y plenamente aceptable en nuestra vida.

#### 4. Capacidad sugestiva de las películas

Hasta ahora, hemos reflexionado sobre dos aspectos importantes del cine que afectan a la esfera social: los factores de socialización y de legitimación. Esto ha requerido adoptar una consideración del ser humano desde una *perspectiva externa y colectiva*. Ahora nos adentraremos en dos ámbitos que afectan directamente a la psicología: la capacidad de sugestión de las películas y la llamada “transferencia de personalidad”. En síntesis, trataremos de descubrir de qué modo actúa el cine en nuestros mecanismos internos de cognición e interpretación de la realidad. Esto supondrá adoptar una consideración de la persona desde una *perspectiva más individual e introspectiva*.

Por lo que respecta a la sugestión, es evidente que el cine supera con creces la capacidad de cualquier otro medio de comunicación. La representación de la realidad en los filmes es siempre viva y fuerte, emocionalmente dramática, y con frecuencia se acaba asimilando como una experiencia *vivida*. Así, por ejemplo, una chica joven podría pensar: “¿Cómo me van a decir mis padres la forma en que debo relacionarme con mi novio? ¡Si yo sé cómo es (aproximación epistemológica) y cómo debe ser (aproximación deontológica) esa relación! Lo he visto con mis propios ojos, lo he vivido”. En realidad, lo ha visto y lo ha “vivido” en el cine, pero lo ha asimilado como algo experimentado en primera persona. Esas imágenes le han permitido asumir la instancia de testigo presencial: considera verdaderamente que ha protagonizado esos hechos, y por tanto le parecen más verdaderos y reales que los discursos de sus padres y educadores. El tratamiento del tema, la historia “vivida” o “experimentada” en esa película, adquiere así el estatus de algo incontestable, asentado en virtud de una vivencia propia.

Esta faceta de “manipulación de la experiencia” resulta mucho más importante en los jóvenes, pues son más vulnerables al poder fascinador de la imagen. Cuando en la escuela se habla de conductas o creencias, o cuando sus padres les proponen hablar “de algo serio”, inmediatamente ponen un filtro ante lo que oyen, porque lo interpretan como “imposición de valores”, como “sermón” o, en el peor de los casos, como abierta manipulación. Pero nada de eso ocurre cuando ven una película: las historias (asumidas como “experiencias” personales) no son atribuibles, aparentemente, a ningún filtro intelectual: penetran en su mundo interior sin obstáculos, a remolque de las emociones vividas (al menos, virtualmente vividas).

Por otra parte, el cine posee un impacto multidimensional, al que difícilmente podemos sustraernos. A diferencia del periódico o la revista, que afecta sólo al sentido de la vista; o a diferencia de la radio, que incide sólo sobre el oído, el cine influye en

varios sentidos al mismo tiempo. Ofrece una imagen, como la pintura o la fotografía (con un estudiado tratamiento de luz, encuadre, composición y cromatismo), pero añade a la vez la sugestión del movimiento (como la danza); y, al mismo tiempo, nos envuelve con la banda sonora (como una audición musical) y realza la acción con efectos de sonido (modulación de la voz, retórica verbal, etc.). Todo ello actúa simultáneamente en nuestro psiquismo, que es incapaz de separar los diferentes estímulos y anteponer para cada uno de ellos el filtro adecuado. En consecuencia, resulta muy difícil sustraerse al impacto que puede producir una secuencia bien planificada, y más aún atemperar el juego de emociones que va desarrollando el argumento del filme, pues la historia se “siente” al compás de la música, mediada por unos actores determinados, con una determinada opción interpretativa, bajo ciertos efectos de luz, de decoración, etc.

El propio ambiente de la sala contribuye a que “nos metamos” en la historia ficticia. Se apagan las luces, se enciende un proyector sobre una pantalla de grandes proporciones y arranca una música que procede de todas partes. Nada nos distrae de esa trama que comienza: no hay contertulios, como cuando vemos el televisor, ni llamadas telefónicas o tareas pendientes. Todo está pensado para invitar a la relajación y la contemplación; y, de hecho, los ojos no pueden mirar más que en la dirección de la pantalla.

Es precisamente en esas circunstancias cuando acontece lo que Woody Allen plasmó metafóricamente en la película *La rosa púrpura del Cairo*: el espectador se siente impulsado a cruzar el espacio que le separa de la pantalla y, con su imaginación, entra en el mundo de la ficción cinematográfica y experimenta en sí las emociones que viven los personajes: se alegra, se entristece o se enamora con el protagonista, y hace vida propia sus inquietudes y proyectos.

## 5. Transferencia de personalidad

Este proceso de simpatía con los personajes es conocido en la industria cinematográfica como “transferencia de imagen o de personalidad”, y se alcanza cuando el espectador se pone en lugar del personaje, asume sus ideales y empatiza con sus emociones. Cuando se da la identificación —cosa que no ocurre siempre, pero que es más frecuente en los jóvenes y adolescentes—, el espectador tiende a reducir las diferencias de actitud y de convicción porque desea parecerse lo más posible a él. Si el personaje siente rechazo al compromiso matrimonial, él *lo sentirá* también; y si aprueba las relaciones durante el noviazgo, el espectador las aprobará también *emocionalmente*, incluso aunque sus convicciones vayan por un camino totalmente distinto. Ese deseo de identificación suscitado por la trama acaba por minimizar toda posible disonancia.

La transferencia de personalidad resulta especialmente fuerte cuando hay una previa sintonía del espectador con el actor protagonista. Si una espectadora, por ejemplo, adora a Tom Cruise, cuando le vea en una película tenderá a querer todo lo que él quiere y a detestar todo lo que él detesta. Y si un espectador siente atracción por Scarlett Johansson, tenderá también a identificar sus emociones con las de ella, buscando una sintonía en las actitudes, los temas y los comportamientos asumidos por su personaje en la película. Emocionalmente, llega a comulgar con esos planteamientos, sobre todo si su formación es escasa o sus convicciones son superficiales.

El impacto de esa identificación, también conocida como “experiencia vicaria”, puede tener una permanencia fugaz; o, por el contrario, puede fijarse con fuerza en el ánimo del espectador y permanecer largo tiempo, influyendo decisivamente en el juicio interior acerca de esas conductas y actitudes que ha “experimentado” de forma vicaria en la ficción. En todo caso, cuando esos impactos son fuertes y se suman a los de otras películas orientadas en la misma dirección, el resultado puede transformar radicalmente los planteamientos iniciales de una persona. Y así, se puede acabar por poner en cuestión valores muy arraigados durante años —como la fidelidad matrimonial, por ejemplo—, anulando el ejemplo vivido en la familia o en la propia escuela y dando la vuelta de repente a toda la formación recibida durante años.

## 6. Un cine en defensa de la familia y de los valores

Pero, si el cine tiene esa capacidad de influencia, ¿por qué no utilizarlo para el bien? Si puede incidir en las actitudes de millones de personas, ¿por qué no impulsar historias que transmitan valores y estilos de vida positivos, que difundan una imagen más alegre y enriquecedora de la institución familiar?

Esto es lo que, en 1994, decidió acometer la Liga del Sagrado Corazón, una institución católica de Mississippi dedicada a fines piadosos y sociales. Creó en su seno una productora de cine, la Gregory Productions, con la intención de realizar una película de bajo presupuesto “que alentara al público a un mayor entendimiento y aprecio de los valores de la tradición judeo-cristiana, de modo que los acoja como propios, en particular el amor y la reverencia a Dios”. Después de dos años de búsqueda infructuosa de guiones, contrataron a Lee David Zlotoff, un judío practicante, padre de cuatro hijos, que en menos de un mes escribió el guión de *La historia del Spitfire Grill* (1996), película que más tarde él mismo dirigiría. El resultado fue un magnífico melodrama moral, largamente aclamado en el Festival de cine independiente de Sundance, donde ganó el Premio del Público. No es para menos. Porque en esta cinta la nitidez moral de la historia prevalece claramente sobre su eficacia sentimental. Zlotoff apela tanto al corazón como a la cabeza del espectador, y con un sutil dominio de la puesta en escena logra un rico mosaico de situaciones en las que confluyen los grandes temas de hoy y de siempre: el amor, la familia, la compasión, el perdón, las relaciones con Dios...

Un proyecto semejante es la productora italiana Lux Vide, de Ettore Bernabei, que nació con el propósito de impulsar productos audiovisuales dirigidos a la familia y que trataran de promover valores. En 1991 inició un gigantesco serial sobre “La Biblia” (21 miniserias) que recibió numerosos premios internacionales. Como punto central de este gran proyecto, en 1999 produjo con la CBS americana la miniserie *Jesús*, de cuatro horas de duración, que fue emitida por 144 televisiones de todo el mundo coincidiendo con el Jubileo del año 2000. En Estados Unidos fue vista por 24 millones de espectadores y recibió la nominación Emmy a la mejor miniserie del año. Culminado el serial de la Biblia, comenzó otra serie documental sobre personajes célebres del siglo XX: Marconi, Golda Meir, Coco Chanel... Pero los programas que cosecharon mayores audiencias fueron los dedicados a la Madre Teresa de Calcuta, Juan XXIII y Juan Pablo II. Los tres alcanzaron en la televisión italiana *shares* superiores al 25%, de forma que dieron el salto a las salas de exhibición, donde obtuvieron también audiencias millonarias.

En una entrevista, Bernabei comentaba: “Esta ficción televisiva de argumento religioso ha tenido éxito por su calidad. Y también porque la gente corriente tiene necesidad de espiritualidad, quiere conocer aquello que aparece como misterioso, no explicable con la sola razón, ya que en el fondo de cada uno hay interrogantes a los que es difícil dar una respuesta”. Más adelante, a propósito de la vulgaridad en los programas televisivos, señalaba: “La televisión en el mundo no es contraria a una concepción religiosa de la vida, pero prefiere eludirla. Y a fuerza de obviarla, no se preocupa de aquellas reglas morales que van unidas a la vida espiritual. La vulgaridad nace de esto”<sup>6</sup>.

Es significativo que el prestigioso American Film Institute, al elaborar las listas de los mejores filmes de la historia, haya querido publicar —año tras año— su listado de “The 100 most inspiring movies”: las cien películas que más han contribuido a inspirar actitudes y valores positivos. El filme número 1 es siempre *Qué bello es vivir* (1946), de Frank Capra: un canto a la esperanza, que representa lo mejor del espíritu navideño y que ensalza los valores familiares en ese apoyo de la comunidad a quien ha gastado su vida en servicio de su familia y de todos. El número 2 lo ocupa *Matar a un ruiseñor* (1962), que transmite hermosas lecciones sobre la integridad, la justicia, el sentido del deber, el valor de la familia y la importancia de servir a los demás. Otras películas incluidas en las primeras posiciones son *El milagro de Ana Sullivan* (1962), la historia real de una maestra empeñada en enseñar a comunicarse a una niña ciega y sorda; *Salvar al soldado Ryan* (1998), una cinta de heroísmo y entrega, en medio de miserias y debilidades; o *Cadena perpetua* (1994), un drama carcelario que afronta bellamente tres temas fundamentales: la amistad, la esperanza y la redención. El momento en que el protagonista “regala” unos minutos de música clásica a los presos refleja mejor que mil discursos esa libertad interior que ninguna cárcel del mundo podrá amordazar jamás<sup>7</sup>.

Ciertamente, el cine puede tener sus peligros, pero puede también inspirar, aportar valores y provocar esa transferencia de personalidad en una dirección enriquecedora y positiva. El único requisito es que sepa contar bien historias que merezcan la pena; relatos ejemplares, que puedan servir de modelo o referente moral. El ya citado David Puttnam señalaba, a propósito de esto, en una entrevista: “Recuerdo haber visto *Un hombre para la eternidad* cientos de veces, no por sus cualidades fílmicas, que las tiene, sino por el efecto que producía en mí: el hecho de permitirme esa enorme presunción de salir del cine pensando: ‘Sí, yo también hubiera dejado que me cortaran la cabeza para salvaguardar un principio’. Sabía de sobra que no era así, y probablemente nunca encontraría a nadie que lo hiciera, pero el cine me permitió ese sentimiento; me permitió que, por un momento, sintiera que todo lo decente que había en mí se había puesto en pie. Esto es lo que el cine puede conseguir”<sup>8</sup>.

Conseguir esto es una tarea ardua y no sencilla, pero tampoco inasequible. Exige, eso sí, el compromiso de todos. De los cineastas, en primer lugar, que deben

---

<sup>6</sup> Ettore Bernabei, en: CORTÉS, José Ángel. “Hay público para programas de altura”, *Aceprensa*, 21 de junio de 2000, p. 2 (Disponible en: [www.aceprensa.com](http://www.aceprensa.com)).

<sup>7</sup> El listado completo de las “cien películas más inspiradoras de la historia” puede consultarse en la página web del American Film Institute (AFI): <http://www.afi.com/tvevents/100years/cheers.aspx>.

<sup>8</sup> David Puttnam, cit. en: PARDO, Alejandro. “Cine y sociedad en Puttnam”, *Comunicación y sociedad*, Universidad de Navarra, vol. XI, n° 2, 1998, pp. 53-90.

sentir la responsabilidad de su tarea a la hora de concebir sus películas. De los gobiernos, que deben fomentar aquellas producciones potenciadoras de la vida social y familiar. Y de los espectadores —en primer lugar, de las familias y los educadores—, que debemos aprender a ver, y después enseñar a ver a nuestros hijos, las películas y teleseries con una mirada crítica, selectiva y enriquecedora.

### **ANEXO: Bibliografía comentada sobre “Familia y Cine”**

Como complemento a esta exposición, querría presentar aquí una serie de trabajos que han analizado en profundidad las relaciones entre familia y cine: tanto la influencia de las películas en la familia como el tratamiento de la institución familiar en algunos filmes emblemáticos. Junto a la referencia bibliográfica, se incluye un breve comentario acerca de su contenido.

1. MARTIN, Jerónimo José. “Modelos de familia en el cine contemporáneo”, *Carthaginensia: Revista de estudios e investigación*, ISSN 0213-4381, Vol. 23, N° 44, 2° Semestre 2007, pp. 431-443.

En una certera introducción, apunta los tres elementos que actualmente distorsionan la consideración —pacíficamente aceptada durante siglos— de la familia natural: antropología relativista, ideología de género, feminismo neomarxista; los tres elementos coinciden en negar la naturaleza humana y abolir la distinción de sexos. A continuación, analiza diez modelos de familia presentes en el cine actual: algunos, desenfocados, como las “pseudofamilias gays” (p. ej.: *Philadelphia*); otros, que recuperan la familia en el llamado “cine social” (*Secretos y mentiras*, *Héctor*, *Niños robados*); y otros que reflexionan sobre el trauma del divorcio (*Infiel*, *Kramer contra Kramer*). Tal vez lo más interesante sea la consolidación del modelo de “familia numerosa” (*Doce en casa*, *La ganadora*, *Shreck III*) o la proliferación de “familias fuertes”, al estilo Capra (*El tigre y la nieve*, *Después de la boda*). En todo caso, el modelo de “familia monoparental” (*En busca de la felicidad*) constata la realidad de los cambios sociales.

2. HUERTA FLORIANO, Miguel Ángel. “La visión de la familia en el cine español (1994-1999): análisis fílmico”, *Familia: Revista de ciencias y orientación familiar*, ISSN 1130-8893, N° 30, Enero 2005, pp. 55-71.

Parte el autor de la afirmación de que el cine es arte y es industria, pero también medio de comunicación que propaga ideas y valores. Para demostrarlo, analiza los principales filmes españoles que han abordado la temática familiar entre 1994 y 1999. Y lo hace atendiendo a los géneros cinematográficos en los que se encuadran. Dejando a un lado la comedia, el *thriller* o el cine de terror, que han propiciado los filmes más disolventes en torno a la vida familiar, son interesantes las observaciones del autor sobre el **drama**, que aparece como el género más prolífico para reflexionar sobre la familia. Aún así, no es muy positivo lo que ese quinquenio ha ofrecido a los espectadores. Abundan las películas ácidas aunque bien intencionadas (*Familia*, de Fernando León), los melodramas centrados en la infidelidad o el desencuentro familiar (*La flor de mi secreto*, de Pedro Almodóvar; *El color de las nubes*, de Mario Camus), y también historias que revuelven en los secretos inconfesados del hogar: *Cuando vuelvas a mi lado*, de Gracia Querejeta; *Secretos del corazón*, de Montos Armendáriz; *El*

*abuelo*, de José Luis Garci. La mayoría de estos últimos filmes pretenden enaltecer los valores familiares, pero esos valores quedan muy desdibujados por una extrema amargura en los relatos —casi siempre, viajes emocionales al pasado— y en los personajes, enfrentados con frecuencia a fantasmas no enterrados de la infancia. Entre las películas de este género tan prolífico a la temática familiar, sobresale con diferencia *Solas*, de Benito Zambrano: un auténtico canto a la maternidad (Zambrano dedica el filme a su madre) y una defensa explícita de la vida aún no nacida.

3. WATT, Ninfa. “La familia en el cine español”, en: TEJERINA, Gonzalo (coord). *La familia: problema y promesa*, Universidad Pontificia de Salamanca, ISBN 84-7299-671-9, 2005, pp. 129-140.

Tras señalar la doble perspectiva del título (la familia *en* el cine: cómo se presenta en las películas; y el cine *en* la familia: cómo influye en sus valores y estilos de vida), se decanta por la primera opción y alude a filmes españoles centrados en esta temática, tanto en los sesenta (*La gran familia*, *La familia y... uno más*) como en el último decenio (*Familia*, *El Bola*, *Solas*, *Mi vida sin mí*). Con todo, su análisis se centra en algunas teleseries de especial relieve en los últimos años: *Cuéntame*, que narra la historia de una familia inmersa en los cambios sociales, culturales y políticos de la transición; *Los Serrano*, que refleja las nuevas situaciones que ponen en cuestión la familia natural (relaciones prematrimoniales, compromiso matrimonial “ad tempus”); *Ana y los 7*, que en el mundo infantil —se presenta como fábula familiar para niños— da carta de naturaleza al engaño, la promiscuidad sexual y las situaciones irregulares; *Aquí no hay quien viva*, que equipara moralmente y legítima socialmente todo tipo de uniones sexuales atípicas: parejas no casadas, homosexuales, separados que se arremojan, divorciados vueltos a casar...; *Mis adorables vecinos*, que centra el argumento en las rencillas de una comunidad de vecinos; y, finalmente, *Paco y Veva*, que desarrolla la relación de dos familias de distinta clase social con situaciones morales fuertemente permisivas.

4. ALMACELLAS, M<sup>a</sup> Ángeles. “El cine como instrumento educativo en el ámbito de la familia y en el de la escuela”, *Educadores: Revista de renovación pedagógica*, ISSN 0013-1113, N<sup>o</sup> 211, 2004, pp. 327-339.

Reflexiona sobre el “oficio” de padres (para el que rara vez prepara la escuela o la sociedad) y analiza qué significa educar en la situación social de nuestros días. En ese marco, valora el cine como instrumento educativo —válido tanto en el contexto familiar como en el escolar— por su especial capacidad de suscitar el fenómeno de la identificación por parte de los jóvenes. En esencia, su poder de influencia reside en dos aspectos: la construcción narrativa de las historias (qué situaciones llevan a qué desenlaces) y la aportación de valores en la caracterización psicológica de los personajes. Finalmente, ofrece un modelo de “cine-forum”, una pauta para un visionado de películas éticamente formativo para los jóvenes.

5. CARRERA, M<sup>a</sup> V. y PEREIRA, M<sup>a</sup> C. “El caso Winslow: Familia y transmisión de valores. Una propuesta de intervención pedagógica con el cine”. En: VARIOS AUTORES. *Enseñar a ver, aprender a ser. Nuevas experiencias de educación*

*para la salud a través del cine*, Zaragoza, Gobierno de Aragón, ISBN: 84 96223-96-5, 2005, pp. 237-265.

Este trabajo, de carácter más pedagógico que familiar, centra su reflexión en las exigencias de la “educación en valores”, aspecto en el que la familia cumple un papel primordial. Ofrece una propuesta metodológica para educar con películas, según un cuidado protocolo atento a las distintas etapas del proceso fílmico: planificación, ambientación, visualización, profundización y evaluación. Como ejemplo, analiza la cinta *El caso Winslow*, de David Mamet, sobre el que aporta: primero, ficha técnica, críticas de los expertos y bio-filmografía del director; después, y como punto central de la exposición, un repaso de los principales temas abordados en la película: la familia como principal agente de socialización; entramado de relaciones en la familia; los estilos educativos en el hogar; la justicia y sus elementos constitutivos; y el significado de la libertad, la igualdad y la solidaridad.

6. PEREIRA, Carmen. *Los valores del cine de animación. Propuestas pedagógicas para padres y educadores*, PPU, Barcelona 2005.

Su análisis parte de la especial incidencia del cine en los niños y adolescentes, debido a la doble fascinación del medio audiovisual en estos públicos: el poder cautivador de las imágenes y el poder cautivador de las historias. Para formar en valores hay que contar historias, ejemplos; por eso el libro propone un método pedagógico que ayude a padres y educadores a formar con películas. Este método incluye: un elenco de objetivos educativos, un catálogo de temas conceptuales y actitudinales, y un listado de películas de animación debidamente comentadas. Entre ellas de destacan, como especialmente aptas para hablar sobre determinados temas: *Blanca Nieves* (los roles y las funciones dentro de la familia); *El Rey León* (el ciclo de la vida y la obediencia en el hogar); *Pocahontas* (noviazgo, familia y multiculturalidad); *Toy Story* (los juguetes y el consumo desenfrenado); *Pokémon* (la comunicación y el trabajo en equipo); *Dinosaurio* (familia y adopción, pérdida de un ser querido); y *Shreck* (prejuicios, celos, autoestima y habilidades sociales).

7. MARTÍNEZ, Enrique y PERALTA, Ilda. “La educación para el consumo de la televisión en la familia”, *Comunicar*, nº 7, 1996, pp. 60-68.

Los autores exponen la necesidad de que los padres acepten las nuevas tecnologías de la imagen y se adelanten a ellas. Presentan tanto los aspectos negativos o peligrosos de la televisión (la adicción al medio, el engaño de la publicidad, la indefensión de jóvenes y niños, la aceptación indiscriminada de culturas nocivas y la indistinción de lo real y lo imaginario) como los positivos o ventajosos (nueva visión del mundo, información valiosa y enriquecedora, integración de la familia en las nuevas tecnologías). Proponen la iniciación de la cultura de la imagen en el seno de la familia —para evitar otras iniciaciones menos educativas y favorecedoras— y una mayor responsabilidad familiar en todo el proceso educativo de los hijos.