

CARTHAGINENSIA

Revista de Estudios e Investigación
Instituto Teológico de Murcia O.F.M.
Universidad de Murcia

Volumen XXIII
Julio-Diciembre 2007
Número 44

SUMARIO

ESTUDIOS

Silvio Botero Giraldo <i>La perfección cristiana de la pareja humana. ¿Tienen acceso a ella las uniones irregulares?</i>	287-307
Pedro Ortega Ruiz <i>La familia como espacio educativo</i>	309-329
María del Rosario Encinas Guzmán <i>Evolución humana, educación y cultura de la vida</i>	331-358
José Luis Parada <i>Cuestiones actuales de «Bioética» en la familia</i>	359-389
José M^a Mora Montes <i>La violencia contra la mujer, esposa o compañera. Nuevos conceptos...</i>	387-414
Juan José González Ortiz <i>Estereotipos familiares en el cine y la publicidad</i>	415-430
Jerónimo José Martín <i>Modelos de familia en el cine contemporáneo</i>	431-443
Antonio Garrido <i>La política familiar en España: ¿el futuro empieza hoy?</i>	445-472
Manuel Lázaro Pulido <i>Mujer y realidad del aborto. Conclusiones desde un enfoque multidisciplinar</i>	473-490
NOTAS Y COMENTARIOS	
Gonzalo Fernández <i>El electorado de Brandenburgo, la Orden Teutónica y los orígenes de Prusia</i>	491-505
BIBLIOGRAFÍA	507
LIBROS RECIBIDOS	569
ÍNDICES	573

ESTEREOTIPOS FAMILIARES EN EL CINE Y LA PUBLICIDAD

JUAN JOSÉ GONZÁLEZ ORTIZ

Introducción

En la actualidad nadie duda de la capacidad socializadora de los medios de comunicación, ni tampoco de sus posibilidades para proponer determinadas formas de vida. Incluso podemos ir más allá para confirmar que la televisión, el cine y la publicidad se están convirtiendo, con el permiso de la familia, en los principales protagonistas en la construcción de los nuevos modelos sociales de convivencia.

Sin embargo, es muy común que, a la hora de proponer un determinado modelo de familia, los medios de comunicación social utilicen versiones estereotipadas de la misma, reduciendo considerablemente las posibilidades educativas del medio, pero sobre todo anulando cualquier intento de personalizar los itinerarios y evoluciones familiares. Este handicap afecta en mayor medida a la televisión y a la publicidad, y sólo el cine ha intentado realizar un tratamiento más riguroso de las grandes cuestiones sobre las que gravita la temática familiar en la actualidad.

El cine actúa como «sensor de la realidad», en la medida en que plasma mediante imágenes las historias más acuciantes. A partir de esta consideración, queremos conocer cuáles son las inquietudes temáticas del cine alrededor de la familia. A lo largo del texto, comprobaremos que las utilidades del séptimo arte no se agotan en la mera ilustración de las situaciones familiares comunes, sino que además la voluntad de realismo, innata en este medio, le lleva a establecer «centros de interés» relacionados con la temática familiar, que en unas ocasiones son tratados con maestría y rigor, pero que en otros casos son presentados bajo clichés generalistas, que afectan no

sólo a la institución familiar sino también a los diferentes agentes que la componen y a las relaciones que se establecen entre ellos.

En cuanto al medio televisivo, como las posibilidades de análisis son tantas y los espacios de intervención e influencia aún más, consideramos necesario acotar nuestro discurso alrededor de los estereotipos familiares presentados en la publicidad. Para ello, realizaremos una lectura intuitiva de algunos anuncios de televisión que reflejan las imágenes de la familia actual y la de algunos de sus miembros (padres, madres, abuelos y adolescentes).

De estas intenciones se deduce que no es éste un tratado sobre cómo ver cine y/o televisión, ni por supuesto un «documento denuncia» sobre lo alejadas que están las imágenes familiares presentadas por estos dos medios de las versiones paradigmáticas de la familia. A pesar de la gran variedad de películas que recogemos en el presente documento, no es tampoco una guía metodológica para educadores y/o padres, sino que más bien quiere suscitar el interés por ir estableciendo cauces de relación entre estas dos instancias educativas, a partir de dos consideraciones fundamentales. En primer lugar, el protagonismo de los mass media en la configuración social y sus posibilidades educativas y, en segundo lugar, el papel fundamental de la familia y la escuela a la hora no sólo de gestionar el consumo, sino también de favorecer la reflexión crítica del mismo.

Nuestra opción temática y sobre todo su peculiar tratamiento, se debe fundamentalmente a que ya hay establecidos unos supuestos de partida, expuestos de manera consensuada por los numerosos autores que han trabajado sobre esta temática¹:

1. El evidente y progresivo «consumo de medios» por parte de las familias, especialmente de los menores. Este consumo no es neutral, sino que lleva anejo una propuesta axiológica, moral y cultural que va impregnando al espectador. Así pues, el consumo masivo unido a las pretensiones mediáticas tienen como resultado una fuerte influencia en la configuración del nuevo orden social y, lo que es más relevante, en el desarrollo individual de

¹ BALLESTA, J. 2001 *Escuela, familia y medios de comunicación* (CCS, Madrid); Younis Hernández, J. A. 1994 *La influencia social de los medios de comunicación en la infancia y la familia* (Dirección General de Protección Jurídica del Menor, Madrid); Aguedad Gómez, J. I. 1999 *Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva*. (Paidós, Barcelona); Vílchez Martín, L. F. 1999 *Televisión y familia: un reto educativo*. (PPC, Madrid).

cada espectador. La familia, desde su dimensión más elemental –su estructura-, hasta las cuestiones más complejas –relaciones, roles, normas, etc.-, tampoco escapa a la propuesta que desde la pequeña y gran pantalla se realiza, hasta el punto de verse condicionada y, en ocasiones, hasta «determinada», en su evolución y cambio.

2. El incremento de la oferta mediática traslada indefectiblemente las responsabilidades de consumo a las agencias educativas primarias –familia y escuela-. Ante esta decisiva tarea, ninguna de estas dos instituciones, bajo ningún concepto, puede mirar para otro lado. Además, a la familia, como instancia educativa primigenia, le corresponde no sólo la gestión del consumo, sino también la búsqueda de un uso compartido, racional, crítico, en definitiva, educativo.

3. Finalmente, es de rigor señalar que nadie puede expropiar a la familia de sus responsabilidades educativas y consecuentemente del derecho de los padres a decidir qué ver, cuándo, cómo y con quién verlo. Este derecho de la familia permite a su vez que los medios de comunicación social y su irrupción en la vida familiar, cuyo protagonismo es incuestionable, puedan ser un elemento enriquecedor para la misma.

La construcción de los estereotipos familiares a través de los medios de comunicación social

Los estereotipos familiares son el resultado de un conjunto de creencias que existen alrededor de una determinada realidad. Estas creencias se transmiten, con carácter inmutable, de generación en generación, de manera que son aceptadas por el grupo social sin ningún tipo de cuestionamiento. Este tipo de transmisión social y su asimilación acrítica es el origen de los mitos familiares, que a su vez son fuente de muchas de las patologías tratadas en terapia familiar. En ocasiones, se justifica la existencia y el uso de estereotipos porque permiten emitir generalizaciones que nos aproximan a una realidad mucho más compleja, que de otro modo nos resultaría difícilmente explicable, pero que a su vez es la auténtica riqueza de esa realidad a la que pretendemos acercarnos.

Para garantizar la funcionalidad de la institución familiar, la propia familia va configurando toda una serie de creencias, normas –explícitas e implícitas-, actitudes, suposiciones, expectativas y finalmente comportamientos –ritos-, que a su vez son transmitidos a la siguiente generación como parte vital de la identidad familiar.

Los medios de comunicación social, especialmente la televisión, mediante una difusión masiva, confirman y consolidan algunos de estos estereotipos, así como los roles adheridos a cada uno de los miembros de la familia. Incluso podemos afirmar que estas imágenes generalistas, cuando son transmitidas por los mass media, ejercen una influencia mayor a la hora de configurar los nuevos modelos familiares. Tanto es así que la familia participa en la renovación de su propia realidad, pero a partir de una serie de construcciones culturales y representaciones familiares propuestas por otros agentes de socialización.

Los estereotipos no dejan de ser convencionalismos sociales; por eso cuando se instauran en la cultura sesgan la amplitud de la realidad familiar, que por naturaleza es mucho más compleja. Sin embargo, la auténtica limitación del estereotipo no es la generalidad, que lo es, sino más bien la dificultad de ir más allá de ese modelo social que propone, para individualizar una determinada realidad. Es cierto que los estereotipos nos permiten clasificar e interiorizar realidades complejas, pero siempre a través de una simplificación.

Otro elemento perjudicial de los estereotipos familiares es que condicionan y limitan fuertemente a las familias que los padecen, hasta el punto de «esclavizarlos», pues determinan cual cliché (la madre siempre tierna, hacendosa en el hogar y atenta al marido y los hijos; el niño travieso o gracioso, el padre autoritario, que castiga, siempre fuerte ante las adversidades, responsable, trabajador, parco a la hora de mostrar sus sentimientos, la familia desastre, el andaluz con caídas inesperadas, el catalán tacaño, el gitano tramposo, etc.). Además, los estereotipos son en muchas ocasiones fuentes de conflicto y patología familiar, ya que las familias que los sufren terminan por creer que los roles y normas familiares no son consecuencia de un aprendizaje y de una convivencia, sino más bien algo innato, y por tanto no permiten la espontaneidad y sí el determinismo conductual y la rigidez.

Por todo lo expuesto anteriormente, los educadores y orientadores familiares tratan de evitar que se enquisten en las familias determinados mitos familiares, pues los miembros de la familia responden a sus aconteceres con conductas que favorecen estos mitos, haciéndose tan obvio que a veces parece imposible distinguir qué es una creencia, siendo esto uno de los peligros que supone aferrarse a algunos mitos. Se coarta entonces la posibilidad de construir de manera personalizada la identidad familiar².

² JIMÉNEZ GODOY, A. 2005 *Modelos y realidades de la familia actual* (Fundamentos, Murcia).

La contribución de la televisión y el cine a la creación, transmisión y consolidación de estereotipos es evidente, ya que son, de manera innata y desde su creación, instrumentos que promueven imágenes sociales, familiares y de género estereotipadas. Y esto es así fundamentalmente por dos razones: la primera por el hecho de dirigirse a una gran masa social y la segunda por la imperiosa necesidad de ser efectivos en su mensaje, lo que les lleva ineludiblemente al uso indiscriminado de imágenes estereotipadas.

Creemos que es necesario conocer en qué medida el cine y la publicidad contribuyen a la instauración social de estereotipos familiares. A partir de esta aproximación teórico-analítica, nuestra propuesta es formar, no sólo a profesionales sino también a las propias familias, para que sean capaces de analizar críticamente el mensaje que desde los medios de comunicación se está configurando alrededor de la realidad familiar, utilizando desmesuradamente para ello imágenes estereotipadas de la misma. La utilización de los productos fílmicos por los educadores está en alza; por esta razón constatamos que se abre paso una interesante y más que efectiva propuesta educativa alrededor del séptimo arte. Por esta razón, no rechazamos la utilización de los medios, todo lo contrario, sugerimos su utilización como instrumento de expresión social.

El cine y los «centros de interés» relacionados con la familia

La preocupación por la temática familiar en el cine ha sido una constante, sin embargo, podemos confirmar un cambio en los centros de interés relacionados con la materia, de ahí que nuestro objeto sea conocer si existe una propuesta familiar formalizada, ya sea en lo relativo a las estructuras ya sea en lo que afecta al ámbito relacional intrafamiliar. Además, queremos saber si, a pesar de plasmar con crudeza y rigor las crisis que pueden producirse en el interior de las familias, se continúa ofreciendo una imagen favorable de la institución, como un referente educativo fundamental para el individuo y por lo tanto, estabilizador.

No es una tarea fácil, ni se trata de una cuestión baladí, ya que si hacemos un breve recorrido por las producciones cinematográficas observaremos cómo han convivido dos tendencias claramente diferenciadas. Como señala Juan Orellana³ en la primera de ellas, se subraya que el origen de

³ ORELLANA, J. 2007 "Familia disfuncional en busca de Oscar", en www.aceprensa.com. 1 de abril de 2007.

muchas situaciones está precisamente en la institución familiar, considerada fruto acabado de una terrible combinación de cristianismo, machismo y normativismo. Se trata de buen cine, pero da la sensación de que la intención prioritaria de este grupo de películas es someter a una feroz crítica a la familia media convencional, desestabilizándola, adhiriéndole disfunciones y patologías, incoherencias educativas que terminan pasando factura a la familia en general y a los hijos en particular. Las temáticas elegidas para tales intenciones son la inestabilidad de la institución matrimonial, por razones bien distintas –infidelidad, tedio, vacío existencial, desamor, inmadurez, etc.–, los secretos familiares, los mitos y la violencia en el interior de la familia, las dificultades con los hijos, las rupturas y los conflictos que de ellas se derivan, entre otros. *La guerra de los Rose* (1989) de Danny Devito se convirtió en un referente de esta corriente, pero ya existían otras antes, como *Secretos de un matrimonio* (1973) Ingmar Bergman; *Kramer contra kramer* (1979) Robert Benton; *Hanna y sus hermanas* (1986) Woody Allen, y tras ella proliferaron otras muchas, como *Maridos y mujeres* (1992) Woody Allen –este director merecería una mención especial–; *Secretos y mentiras* (1996) Mike Leigh; *La Celebración* (1998) Thomas Vinterberg; *American Beauty* (1999) Sam Mendes; *Una historia de Brooklyn* (2005) Noah Baumbach.

Estos films son la constatación de que siempre han existido productos fílmicos que se han alejado de la idealización de la institución familiar para presentarla como origen de los más importantes conflictos personales y sociales. La intención es bien clara, cuestionar el matrimonio y la familia, y para ello se llega incluso a presentar situaciones familiares verdaderamente estrambóticas, «greguerías fílmicas» que ridiculizan a la familia.

Existe una segunda tendencia que ensalza e idealiza la familia por encima de cualquier vicisitud. Pase lo que pase, nunca se cuestiona su unidad, su estabilidad y lo conveniente que resulta para el desarrollo del individuo. En estos casos, la familia es presentada como una institución sólida ante las dificultades, donde los roles y normas están perfectamente definidos, hasta dar la sensación de que se han ido incorporando con la propia evolución de la familia, sin alterar en lo más mínimo el ritmo familiar, casi por ósmosis, por simple convivencia, dejando muy poco margen a la dimensión educativa (*Sonrisas y lágrimas* -1965- Robert Wise; *Los increíbles* -2004- Brad Bird; *Doce en casa* -2003- Shawn Levy). En referencia a este tipo de cintas, señalan Latonda, E. y Luengo, M. que los diferentes roles del hombre y la mujer están muy marcados; el primero desde la autoridad, la segunda desde el lado amable como ejemplo del auténtico núcleo familiar. En ella los niños y su padre van a reconocer los valores de una auténtica madre,

entregada y alegre⁴. Es tan patente la intención de estas películas que presentan versiones estereotipadas de la familia, alejadas de la realidad con la que nos toca convivir. Estos productos cinematográficos cumplen un papel mucho más conservador y de perpetuación, especialmente en el ámbito moral y de tradición, evitando a toda costa introducir o proponer cambios o juicios críticos que hagan tambalear los valores ya existentes. Son las versiones más caramelizadas del cine, donde rápidamente se intuye el desenlace de la película, donde los buenos siempre ganan y los malos acaban pagando las consecuencias de un mal comportamiento. Un cine alejado de la realidad, porque se evita a toda costa mostrar «los riesgos» inherentes a la vida familiar, de tal manera que el final de estas historias coincide con el regreso a la normalidad familiar, a veces incluso, con el fingimiento de esa normalidad, que por otra parte nunca ha existido, lo que en terapia familiar se denomina tendencia a la homeostasis, al equilibrio.

Nosotros nos adherimos a una tercera alternativa, más equilibrada que las dos anteriores, donde encontramos cintas en las que se evidencia la preocupación del séptimo arte por los grandes retos de la familia actual y por los que han sido las grandes preocupaciones y sufrimientos de la familia –la inmigración, interculturalidad, la violencia en el hogar, las rupturas, la marginación, la pobreza, la religión, la delincuencia juvenil, entre otros-. Todos estos son temas que se ajustan a la realidad que nos toca vivir, cercana e incipiente, pero cuyo tratamiento está cargado de rigor y seriedad. No se desfigura a la familia, al contrario, ante estas situaciones se explotan todas sus posibilidades. No se relativizan los problemas, más aún se les ofrece alternativas en el propio seno familiar, que se fortalece y madura ante estas adversidades.

Realismo y contemporaneidad son dos rasgos vitales de este tipo de cine y ponen de manifiesto un mayor interés por abordar temas socio familiares que responden a una realidad sociológica determinada. Solo así logramos que el espectador se identifique con lo que está viendo: es lo que se denomina «identificación con lo cotidiano».

Es cierto que este tipo de producciones lleva consigo grandes riesgos para los espectadores, pero sólo cuando no se dé un visionado crítico de las cintas. Y esto es así, porque en lo que concierne a la vida familiar, el giro temático ha sido tan grande que nos encontramos una situación de gran

⁴ LATONDA, E. Y LUENGO, M. 2003 “La familia como guión cinematográfico”, en *Pantalla90*, 7, pp.5-9.

ambigüedad y desconcierto. El amor y la fidelidad conyugal, los roles del hombre y la mujer en sus hogares, las relaciones y educación de los hijos, el concepto de autoridad e incluso los valores familiares presentados a través de la gran pantalla han variado bastante con respecto a las producciones mencionadas anteriormente⁵.

A su favor podemos decir que se trata de un cine que además de ilustrar, denuncia, abriendo nuevas esperanzas para esas familias que se ven reflejadas en la gran pantalla. Es precisamente este tipo de producciones las que se prestan a ser analizadas y dialogadas, y por lo tanto utilizadas como recurso educativo en los diferentes contextos de enseñanza.

Incluso hay temas que, por su relevancia social, despiertan un gran interés para el público en general, como es la violencia en el interior de la familia. Este tema se ha tratado en numerosas ocasiones en el cine nacional e internacional e incluso ciertas películas están siendo utilizadas para el trabajo con grupos de maltratados y mujeres maltratadas (*La buena estrella* -1997- Ricardo Franco; *El bola* -2000- Achero Mañas; *Sólo mía* -2001- Javier Balaguer; *Te doy mis ojos* -2003- Icíar Bollaín).

A través de estos productos cinematográficos y a diferencia de lo que ocurre en televisión, ya sean en series o publicidad, se ha arriesgado hasta asumir una función profética, cuando se denuncian determinadas injusticias sociales, que son vividas y sufridas en el seno de la propia familia. En ocasiones, a través de las películas, de las buenas películas, no sólo se da una propuesta axiológica, sino que además se produce una denuncia explícita de una determinada injusticia social, ofreciendo alternativas y quizá nuevos estereotipos.

En el cine se ha vivido un proceso contrario a lo que ha ocurrido en las series de televisión. En las series, el hogar, como espacio de representación de las relaciones familiares, ha cedido el protagonismo al ámbito de trabajo –oficina, hospital, comisaría, bufete de abogados-, que se consolida como espacio de representación de las relaciones personales, sociales o incluso convivenciales. Este “fenómeno migratorio” se ha producido tanto en series de producción española (*Los hombres de Paco* –Antena3-, *Hospital Central*, *MIR*, *El comisario* –Tele5-) como en las de producción americana (*House*, *Anatomía de Grey*, *CSI*). En estos productos televisivos el vínculo que fundamenta la relación no es el hogar sino el trabajo. La consecuencia inmediata es que el sentido de pertenencia a la familia de los pro-

⁵ LATONDA, E. Y LUENGO, M. 2003. “La familia como guión cinematográfico”, en *Pantalla90*, 7, pp. 5-9.

tagonistas se ve seriamente mermado, de manera que la familia como institución no sólo pierde centralidad en la serie sino también identidad⁶.

Por el contrario, en algunos films, no sólo se mantienen los lazos familiares a pesar de las dificultades, sino que además la familia como institución permanece unida, presentándose como el lugar para la acogida incondicional, para la protección y el descanso de aquellos miembros que padecen serios conflictos personales o sociales. Sirvan como ejemplo algunas cintas (*Solas* -1999- Benito Zambrano; *En América* -2002- Jim Sheridan; *Kamchatka* -2002-Marcelo Piñeyro; *Los lunes al sol* -2002- Fernando León; *Sweet sixteen* -2003- Ken Loach;), donde a pesar de problemas como la inmigración, el conflicto político, la reinserción social, la drogadicción, la pobreza, el desempleo o la marginación en la que se desenvuelven los individuos, la familia es presentada como institución que acoge, protege y favorece el desarrollo de cada uno de los personajes.

Incluso, si hacemos el esfuerzo por conocer la filmografía de ciertos directores nos damos cuenta de cómo estas situaciones a las que hacemos referencia y su peculiar tratamiento son precisamente las que otorgan identidad a su producción cinematográfica -Ken Loach, Daniel Burman, Fernando León, los hermanos Dardenne, entre otros-. Por esta razón, nos adherimos a la propuesta realizada por el profesor García Domene de ver cine, no de manera aislada o para evadirnos de la realidad, sino teniendo en cuenta la película en el conjunto de la producción de un realizador, corriente o género. Sólo desde la contextualización del film entenderemos que el cine es un arte con ideología, planificado, con intenciones, intereses y mensajes explícitos⁷.

Este tratamiento de las problemáticas sociales y personales, vividas en la familia, denota que existen, en este tipo de cine, unas intenciones, que van más allá de la simple ilustración de la realidad familiar -a modo de espejo-, para confirmar al medio como medio eficaz para proponer y consolidar todo un entramado de valores sociales y familiares. A su vez, esta urdimbre axiológica, creada alrededor del cine, constituye todo un alegato para la esperanza y la perpetuidad familiar, frente a las propuestas maniqueas mencionadas anteriormente, frente a las primeras, más derrotistas, y frente a las segundas, de carácter eminentemente inmovilista y conservadoras.

En este tipo de cine, priman las historias honestas e intimistas, con personajes que dejan ver el estado de su alma a través de miradas y rostros sin-

⁶ GARCÍA DE CASTRO, M. 2002 *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España* (Gedisa, Barcelona).

⁷ GARCÍA DOMENE, J. C. 2004 *El cine de Ken Loach* (Foro Ignacio Ellacuría, Murcia).

ceros, que hablan pero fundamentalmente que dejan hablar y escuchar (...) Es un cine cuidado y verdadero, con sentimientos pero sin sentimentalismos, por lo que su desenlace puede ser positivo y esperanzador, o más bien fatalista y desazonador: no importa, porque eso dependerá del derrotero que se quiera dar a la historia; pero unas y otras habrán puesto el dedo en la llaga, y lo habrán hecho desde el interior de unos seres dolientes y desarraigados, sin un pasado claro y a veces sin un futuro prometedor⁸.

Pero sin lugar a dudas el tema estrella en el cine actual es el que hace referencia a la figura del padre en la familia. El «eclipse del padre» en la familia actual, al que hacen referencia psicólogos y pedagogos, y sus consecuencias en el desarrollo de los menores, especialmente en lo afectivo, es un tema de tanto calado social que no ha pasado desapercibido por los productores y directores. Entre ellos destaca el argentino Daniel Burman, que ha llegado a rodar «una trilogía» alrededor de esta cuestión (*Esperando al mesías* -1999-; *El abrazo partido* -2004-; *Derecho de familia* -2005-). Estas tres películas versan sobre las relaciones familiares, la identidad judía y una mirada -abarcadora y minuciosa, simple y profunda a la vez- respecto de qué significa ser joven, ser padre y ser hijo y cómo construir una pareja o una carrera profesional⁹.

En el cine español, un primer film que abordó este tema fue Adolfo Aristarain con *Martín (hache)*, en 1997. Pero después vinieron otras muchas cintas, nacionales e internacionales, donde además se presentaba otra realidad familiar importante: las familias monoparentales (*Héctor* -2004- Gracia Querejeta; *El hijo* -2002- *El niño* -2005- Jean-Pierre y Luc Dardenne). En algunas de ellas, al mismo tiempo que se denuncia la ausencia del padre en este tipo de familias, se ensalza a la madre por su entrega y dedicación a los hijos, de manera que quedan representadas todas aquellas mujeres que tras una ruptura, abandono o muerte de la pareja tienen que afrontar el sostenimiento de un hogar, la educación y el cuidado de los hijos y todo ello sin descuidar su vida social y laboral. Madres que en ocasiones responden a una historia real como ocurre en *Erin Brockovich* -2000- Steven Soderbergh; pero que otras recogen el esfuerzo y la dedicación que cualquier mujer realiza para mantener a flote a su familia en este tipo de situaciones (*Cadena de favores* -2000- Mimi Leder; *Mi querido Frankie* -2004- Shona Auerbach; *Roma* -2004- Adolfo Aristarain). Sólo en contadas ocasiones se

⁸ RODRIGUEZ CHICO, J. 2003 "La necesaria mirada del padre", en www.filasiete.com. 1 de abril de 2007.

⁹ BATLLE, D. 2006 "Derecho de familia", en www.fotogramas.com. 1 de abril de 2007.

presenta a un padre al frente de una familia monoparental (*Evelyn* -2002- Bruce Beresford; *En busca de la felicidad* -2007- Gabriele Muccino).

Cuando se hace un tratamiento riguroso de estos temas no dejan impasible a nadie, de manera que favorecen la reflexión sobre la situación actual de la familia, sobre la necesidad de establecer medidas para la protección y promoción de la institución familiar. En relación a esta sugerencia realizada desde el cine, se pronuncia Rodríguez Chico cuando afirma que a veces –sólo a veces- el cine es el espejo de la sociedad y es entonces cuando puede ayudar a reflexionar. Aparte de pasar un rato entretenido y de disfrutar de la belleza de las imágenes o de unas convincentes interpretaciones, el espectador podrá también percibir a través de ellas que algo debe estar fallando en nuestra sociedad, si tantos directores ponen a sus personajes (padres e hijos) a buscarse mutuamente algo que no es otra cosa que un intento por encontrarse a sí mismos¹⁰.

La vida en pareja, con todas sus dificultades, tampoco es olvidada por los directores y la han incorporado a sus centros de interés, pero con un tratamiento bien diferenciado, que va desde la trivialidad de *Mi marido* es una ruina -2001- de Marcello Cesena hasta la profundidad de tratamiento realizado por Alessandro D'Alatri en *Comprométete* -2005-, pasando por la originalidad de *El otro lado de la cama* -2002- Emilio Martínez Lázaro. Los cinco primeros minutos de *Caos* -2001- de Coline Serreau ofrecen una imagen desoladora de la familia media francesa. Una pareja que vive de espaldas el uno del otro, desarraigada de sus orígenes familiares, que no son otros que los abuelos, y que no tienen otra recompensa que lo que han sembrado, es decir, un hijo que repite sus comportamientos y esquiva a toda costa a sus padres. Finalmente, y lo que es más grave, una familia despreocupada por las injusticias sociales –violencia e inmigración-. En este film sólo parece haber un motivo para la esperanza, las aportaciones femeninas a la familia y a la sociedad, una visión mucho más sensible que la de los hombres, que terminan en la más profunda soledad.

Con la historia a nuestro favor y la experiencia que ella aporta, fruto, no de un tratamiento cinematográfico trivial sino de un estilo de vida real que descuida la importancia de la pareja en la vida familiar, son *Remake* -2005- Roger Gual y *Mujeres en el parque* -2006- Felipe Vega. El slogan publicitario de *Remake* era: «La primera mitad de vida nos la estropean los padres, la segunda mitad los hijos», y en ella Roger Gual, hace una crítica reflexi-

¹⁰ RODRIGUEZ CHICO, J. 2003 “La necesaria mirada del padre”, en www.filasiete.com. 1 de abril de 2007.

va al estilo de vida de una generación de padres, la del 68, en busca de una errónea libertad. El panorama familiar es desolador, seres vacíos y de vuelta de todo, que fluyen sin darse entrada y aparentemente sin artificio. Entre los progenitores, quien no padece una crisis nerviosa o sufre la afrenta filial, se mueve entre la frustración o prolonga su personal revolución sexual. Los hijos no salen mejor parados, y se anulan en su pequeño mundo de fantasías peliculeras o de incapacidad reflexiva. El director logra transmitir esa sensación de decepción y de fracaso vital, con un guión ágil y lúcido, que no entra en disquisiciones morales y que deja a los personajes en su desorientación existencial¹¹.

La última fase de la vida, el tema de los abuelos, el cuidado de los ancianos y el amor durante la vejez, también son preocupaciones del cine. Así lo han mostrado obras como *Una historia verdadera* -2000- David Lynch; *El hijo de la novia* -2001- Juan José Campanella; *Lugares comunes* -2002- Adolfo Aristarain; *Padre e Hijos* -2003- Michel Boujenah; *Elsa y Fred* -2005- Marcos Carnevale.

Y finalmente, ¿cómo no se iba a ocupar el cine actual de un tema tan actual en la familia como es la conciliación de la vida laboral y familiar? A la hora de abordar esta temática, suelen aparecer mujeres sobrecargadas de trabajo, en ocasiones hasta explotadas y acosadas –mobbing-. Fuertemente condicionadas por su situación económica se ven obligadas a descuidar su vida familiar y entrar de lleno en la competición por lograr una estabilidad y un reconocimiento laboral. Para conocer cómo es tratada esta temática en la gran pantalla valdría cualquiera de las películas mencionadas anteriormente con el tema de la monoparentalidad, porque generalmente estas dos situaciones van unidas. Sin embargo, hay ocasiones en que el ritmo trepidante y el nivel de exigencia termina pasando factura incluso a la pareja (*El principio de Arquímedes* -2004- Gerardo Herrero). En *Match point* -2005- de Woody Allen, observamos las consecuencias familiares de la ambición laboral y de la necesidad de un reconocimiento social, pero en este caso de un joven.

El volumen de películas citadas nos lleva a constatar que en el cine existe una preocupación por mostrar la realidad familiar que nos rodea. Hay un interés por acompañar a la familia en sus padecimientos y la mejor manera que encuentra para hacerlo es creando historias, lo más reales posibles. Sin embargo, la diversidad temática y en el tratamiento nos lleva a adherimos

¹¹ RODRIGUEZ CHICO, J. 2005 "Las dos caras del fracaso", en www.labutaca.net/films/34/remake1.htm

al profesor García Domene cuando afirma que, con el cine, resulta imprescindible educar la mirada, aprender a ver y enseñar a distinguir. En esta tarea es donde entran en juego los educadores, profesores, orientadores y terapeutas familiares, par repoblar la mente con criterios, con información, con perspectiva crítica y agudeza. El educador que trabaja con las familias tiene entre sus responsabilidades dotar de sentido y penetración a la realidad que nos llega a través de las imágenes, porque sólo de esta manera evitaremos que esta poderosa herramienta de nuestra civilización quede reducida a narcótico que emboba para convertirse en una mucho más útil que enseña y provoca¹².

Los estereotipos familiares en la publicidad

La razón fundamental por la que incorporamos al estudio el medio televisivo radica en que es un gran cajón de sastre en el que se incluyen, entre otros informativos, series, documentales, dibujos animados, *realitys*, deportes, cine, debates y música. Y dentro y entre todos ellos una gran cantidad de publicidad. Junto a esta gran diversidad televisiva, incrementada hasta extremos insospechados con la digitalización, es necesario destacar la naturalidad con la que ha consolidado su presencia en nuestros hogares, el número de horas que nuestros menores consumen televisión, la fuerza con la que interviene e influye en nuestras opiniones y actividades y finalmente las carencias comunicativas, creativas y de reflexión que se deducen de un consumo masivo e inactivo del medio.

La publicidad, a pesar de ser un medio divulgativo y de su carácter comercial, forma parte del proceso de comunicación, en la medida en que es un conjunto de mensajes estructurados, presentados bajo diferentes formatos y de manera unidireccional. En este proceso comunicativo existe un emisor —el que pretende vender— y un receptor —comprador, usuario— que, aunque está perfectamente definido por el emisor, nunca está personalizado, va destinado a todo un colectivo. En ningún caso, el mensaje publicitario carece de intencionalidad, al contrario, tener definidos los destinatarios y la intención del spot son precisamente algunas de las claves para su éxito.

La publicidad también participa en la creación de estereotipos familiares, ya que la brevedad del tiempo y la gran cantidad de personas a las que va dirigida, exige utilizar clichés estereotipados que permitan reconocer las

¹² GARCÍA DOMENE, J. C. 2003. *Los inmigrantes en el cine*. Foro Ignacio Ellacuría, Murcia.

situaciones en las que se desenvuelve un determinado producto. De esta manera, los publicistas perpetúan peligrosamente los estereotipos tradicionales de clase, raza y sexo.

Por esta razón, es muy normal encontrarnos imágenes estereotipadas del hombre, como insensible, ambicioso, decidido, aventurero, vividor, con poca implicación en el hogar y muchas relaciones sociales. Sus productos afines suelen ser automóviles, bebidas alcohólicas –vino, cerveza-, cuyo consumo está muy vinculado a un contexto social amplio y exitoso, o incluso bebidas isotónicas, específicas para los deportistas. Últimamente también es común presentar al hombre utilizando productos para el cuidado personal.

La mujer también suele aparecer estereotipada, su presencia en la publicidad viene marcada por la sensualidad, la belleza y las responsabilidades en el hogar. Por eso sus productos afines suelen ser los de limpieza, aseo y cuidado personal –cremas, perfumes, desodorantes-, así como las prendas de moda, con una clara alusión al mundo de las marcas. Aunque ahora también suelen aparecer en el ámbito laboral, tomando algún tentempié que mantenga su línea y conduciendo un automóvil pensado exclusivamente para esa «mujer que rompe moldes». Pero probablemente, el estereotipo femenino que más tiempo lleva enquistado en la publicidad es el que anexiona a la mujer a las responsabilidades familiares, ya que suelen ser las únicas que les dan la merienda a los hijos, las que los asean y los llevan al colegio.

Los abuelos suelen responder a una imagen preconcebida de la sociedad. La idea de persona mayor que presenta la publicidad tiene dos tendencias. La primera está relacionada con la tradición, con lo artesano, elaborado a mano (patatas, pizzas, pan). Son muy pocos los abuelos que anuncian equipos de informática, música e internet y los que aparecen suelen ser ridiculizados. Personalmente, recuerdo al anciano que escuchaba música mientras su nieto busca el jarabe para la tos. La segunda tendencia está relacionada con medicamentos, productos de salud y seguros de vida. Parece evidente que la proximidad de la muerte los identifica como «objetivos» prioritarios de un determinado sector.

Otra tendencia que está proliferando en el ámbito publicitario es el uso de modelos televisivos con un reconocido prestigio. Es normal que los protagonistas de los anuncios sean futbolistas, actores o cantantes. No interesa que sean desconocidos los que anuncien nuestros productos y si, por casualidad o por ajustes económicos, lo son, trataremos de lanzarlos a la fama rápidamente. Este hecho, aparentemente irrelevante, ha tenido consecuencias irreversibles, entre ellas que los padres hayan dejado de ser los modelos de referencia más cercanos para sus hijos.

El slogan publicitario de un monovolumen español era «La familia al poder»; sin embargo la realidad es bien distinta –siempre y cuando nuestro producto no esté pensado para la unidad familiar-. La presencia de los hijos en la publicidad ha cambiado sustancialmente con respecto a tiempos anteriores. El número de hijos que suelen aparecer en las escenas publicitarias familiares raramente excede de dos. Además, por regla general suelen ser de sexo diferente –niño y niña-. Juegan solos o con amigos, mientras que la madre sonrío y los controla desde la distancia. En la mayoría de ocasiones, los hijos son presentados como fuente de problemas y de dificultades, generalmente para la madre, que no sabe cómo controlarlos, cómo evitar que le pisen cuando limpia, que se tomen la merienda o que se comporten adecuadamente en público. Es muy normal que el padre no aparezca en este tipo de escenas.

Los jóvenes merecerían un estudio aparte, pero es importante señalar que el tratamiento que se les hace es como si fuesen adultos. Ellos tienen sus propios productos, sus propios alimentos y son ellos los que deben decidir si consumirlos o no, en ningún caso los padres. El consumo de un determinado producto suele ser signo de autenticidad, por lo que es evidente que desde este tipo de spot se fomenta la rebeldía frente al mundo adulto y se busca claramente la diferenciación con respecto a él. Para los publicistas la insatisfacción personal que asola a la juventud, esa fuente de conflictos y tensiones, tiene una solución: la compra de un determinado producto.

Reflexión final

A lo largo del documento hemos intentado constatar que el cine es al mismo tiempo testigo de la realidad social y agente que contribuye a la creación y propagación de ideas y de valores en un determinado contexto¹³. Sin duda alguna, la familia ocupa un lugar central en las preocupaciones e intereses de las producciones cinematográficas. Sin embargo, la diversidad temática que existe alrededor de la cuestión y un tratamiento claramente diferenciado entre unos productos y otros, exige una especial dedicación al modo en el que son consumidos.

Es precisamente en esta tarea donde tiene un papel crucial la familia, sin dramatismos ni desesperanzas, sino desde el convencimiento de que el

¹³ HUERTA FLORIANO, M. A. 2005 “La visión de la familia en el cine español 1994-1999. Análisis fílmico”, en *Familia* 30, pp. 55-71.

efecto de los medios no depende tanto del medio en sí, ni del individuo aislado y de sus características psicológicas y culturales, sino fundamentalmente de la estructura social en la que se desenvuelva, de manera particular del entorno familiar. Desde esta perspectiva los medios no son tanto creadores de actitudes, sino potenciadores y reforzadores de actitudes y creencias adquiridas en otros contextos más cercanos, como la familia¹⁴.

Por eso sugerimos algunas acciones que se pueden poner en marcha en el ámbito familiar, como favorecer el consumo crítico de medios, contrastar las informaciones en diferentes medios, propiciar la reflexión entre la información mediada y la realidad en la que se desenvuelve la familia, la coobservación y comentario de programas en familia y finalmente la interacción conjunta con los medios¹⁵.

¹⁴ Bermejo Campos, B; Cabero Almenara, J. 2002 "Familia y medios de comunicación. Medios de comunicación y familia", en <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/53.pdf>. 1 de abril de 2007.

¹⁵ CABERO, J. 2002 "Familia y medios de comunicación", en *Diálogo*, 233, pp. 9-17