

ALIMENTACIÓN

José Antonio Gabelas Barroso



Colección

Cuadernos Monográficos



CINE Y SALUD

POR UNA MIRADA AUTÉNTICA

Volumen 2

ALIMENTACIÓN

Cuadernos Monográficos





Con la muerte en los talones, de Alfred Hitchcock.

ALIMENTACIÓN

José Antonio Gabelas Barroso

Colección
Cuadernos Monográficos



Volumen 2

 **GOBIERNO
DE ARAGON**

Alimentación

Volumen 2

Colección de Cuadernos Monográficos *Cine y Salud*

Programa *Cine y Salud*

Diseñado por el Servicio Aragonés de Salud del Gobierno de Aragón

Con la colaboración de la Dirección General de Renovación Pedagógica

Coordinadores educación para la salud

Javier Gallego

Cristina Granizo

Coordinador cine y educación

Carlos Gurpegui

1ª edición, septiembre de 2001

Se permite la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin expreso consentimiento del titular del copyright, siempre que dicha reproducción se realice con fines educativos y no comerciales.

Archivo fotografías, copyright sus productoras.

© José Antonio Gabelas Barroso 2001

© de todas las ediciones

Servicio Aragonés de Salud - Gobierno de Aragón

Cesáreo Alierta 9-11 - 50008 Zaragoza

Tel. 976 715 267 - Fax 976 715 281

E-mail: cuadernos@cineysalud.com

<http://www.cineysalud.com>

ISBN: 84-7753-886-7

Depósito legal: Z-2830-2001

Impreso en Gráficas DOBLE COLOR, S.L., Tiermas 2 - 50002 Zaragoza

Impreso en España - *Printed in Spain*

- Tiene que ser una maravillosa cena para dos. Quizá no probemos bocado, pero ha de ser maravillosa.
- Entendido, barón.
- Y, camarero...
- ¿Sí, barón?
- ¿Ve esa luna?
- Perfectamente, barón.
- Quiero esa luna en las copas.
- Sí, barón. (*Apuntando*). La luna en las copas.

(Diálogo de la película *Un ladrón en la alcoba*, dirigida por Ernst Lubitsch, guión de Grover Jones y Samson Raphaelson, basado en la obra teatral *The Honest Finder*, de Laszlo Aladar.)

Agradecimiento

Agradezco a La Cofradía
sus cenas y tertulias, sin las cuales
no podría haber escrito estas líneas



American cuisine, de Jean-Yves Pitoun.

PRÓLOGO

Nunca, como en los últimos años, ha sido tan palpable la preocupación por los alimentos en la sociedad. Debido a esto, los temas relacionados con la alimentación son centro de conversación y de debate en los medios de comunicación; los consumidores y sus asociaciones demandan, con todo derecho, una alimentación saludable, variada, atractiva y barata; los movimientos ecologistas y los partidarios de la “agricultura biológica” exigen alimentos carentes de aditivos y de residuos químicos de todo tipo y reclaman un control estricto de los desechos alimentarios para evitar perjuicios al medio ambiente; un sector no pequeño de la población pide alimentos carentes de grasa, bajos o ricos en éste u otro nutriente; finalmente los gobiernos e instituciones internacionales preocupados por la salud (OMS, FAO, etc.) aconsejan a la población de los países desarrollados un menor consumo de alimentos energéticamente densos y una mayor ingestión de los ricos en fibra, vitaminas y elementos minerales.

Si a todo esto añadimos la preocupación de la U.E. por homogeneizar al máximo las distintas normas alimentarias, se comprende la gran influencia que todo ello ejerce sobre las actuaciones de las personas así como de las entidades públicas o privadas. En definitiva podemos decir que el tema de “como alimentarse bien” y “mantener un cuerpo sano” ha tomado una importancia en la cultura de nuestra sociedad actual que era impensable hace unos pocos años.

Nuestros chicos y chicas reciben información sobre lo que deben y no deben comer desde que son muy pequeños, tanto por la familia como por los medios de comunicación, bastante antes de recibir la enseñanza reglada. Es decir, que en muchos casos los alumnos/as cuando llegan al aula ya han recibido mucha información sobre estos temas, la mayoría de las veces deformada, a veces insistente y errónea y esto les condiciona desde nuestro punto de vista para la adquisición de conceptos científicos que serán claves en la comprensión de los conocimientos implicados en el concepto de dieta completa y equilibrada.

En este marco no podemos olvidar el importante papel que tiene el profesorado de secundaria en la educación para algo tan esencial y cotidiano como es la alimentación saludable. Su tarea, en ocasiones difícil abarca desde hacer reflexionar a su alumnado sobre su propia dieta y condicionantes, hasta comprender el complejo proceso de elaboración y transformación alimentaria enseñándoles a buscar información de calidad y todo ello desde una actitud crítica hacia los medios de comunicación.

Nosotros como profesores/as debemos de tratar de ser lo suficientemente hábiles para hacer prevalecer los contenidos científicos a la información que constantemente llega de todos los medios. Hoy cualquiera habla de alimentación, en multitud de medios diariamente encontramos a “expertos” que quieren imponer sus ideas sobre distintos temas relacionados con una función vital como es la alimentación. No siempre este empeño es inocente, no nos olvidemos que tenemos que alimentarnos cada día y que todo lo que se refiere al mundo de la alimentación mueve muchísimo dinero, los intereses económicos no nos ayudan demasiado a los docentes preocupados por hacer que nuestros alumnos/as tengan unas ideas claras sobre la importancia de alimentarse bien.

Nuestras enseñanzas no coinciden en muchos casos con lo que los chicos/as conocen y sobretodo, y esto es lo más importante a la hora de motivar a esos jóvenes, con lo que ellos quieren o les interesa saber.

Por todo esto, el material que tenéis en vuestras manos puede ser muy interesante para centrar el tema de la alimentación y de la dieta equilibrada, y para tratar de acercar a los chicos y chicas de una forma lúdica a estas enseñanzas, que por otra parte son imprescindibles para aprender a alimentarse bien. De esta forma conseguiremos entre todos, poco a poco, que lo hagan de una manera consciente y convencida, que en muchos casos condicionará sus hábitos alimentarios para siempre.

M^a Victoria Álvarez

Profesora de Biología de la Universidad de Zaragoza

ÍNDICE

- 11 1. CINE Y CONOCIMIENTO
- 15 2. CINE Y COMIDA UN BUEN MARIDAJE.
- 21 3. LA SECUENCIA DIDÁCTICA
Cine y promoción de la salud
Alimentación y sentimientos
- 27 4. COMER BIEN, VERSE MEJOR
Hacia el cuerpo 10. En busca del maniquí
¿Cómo estamos de autoestima?
El debate: algunas cuestiones de peso.
- 31 5. MEDIOS, AFECTOS Y EFECTOS.
HACIA EL CONSUMO SALUDABLE DEL CINE Y OTRAS PANTALLAS
El contexto de los medios
Imagen y representación.
Estereotipos y modelos sociales
- 41 6. MENÚ DE CINE
Tomates verdes fritos
Como agua para chocolate



Lo que queda del día, de James Ivory, y *El Cartero* (y *Pablo Neruda*), de Michael Radford.

La cocina ha estado desde siempre en los altares de la cultura. Sus contenidos y diseños han generado literatura, prensa especializada, amplios debates. Sus recetas han sido motivo de conversación en los distintos y variados espacios ilustrados. En fin, la gastronomía ha formado parte del acervo cultural y popular de la tierra y sus gentes. Cuando la imaginación y la fantasía irrumpen en los fogones, la gastronomía alumbrará otras alternativas y colmará muchos placeres.

El cine nació en los cafés de principios de siglo XX y en las barracas de feria. Entre la diversión y el negocio.. Las diez brevísimas películas que componían los primeros programas presentados por los Lumière representaban escenas cotidianas como llegadas de trenes, salidas de fábricas, regadores regados o bebés almorzando. Unos años después Georges Méliès, llamado el mago de Montreuil, añadiría al cine lo que le faltaba, la fantasía. *El viaje a la luna* o *A la conquista del Polo*, son algunos títulos que reflejan el talante que imprimió Méliès al cinematógrafo, que crecerá en estos primeros años entre las atracciones de feria.

El tiempo suele colocar cada cosa en su sitio. Una buena película, como una buena comida también necesita su tiempo. Estamos en la sociedad de las prisas, de la lucha contra el reloj. El mundo está poblado de pequeños y modernos prometeos que quieren robar el tiempo a los dioses. Sin embargo, un buen visionado, una buena comida empieza cuando acaba el último plato o termina la última escena. Cuando empieza el *flashback*. Cuando empezamos a reconstruir la historia que hemos visto llenando esos huecos que nos iban quedando. Después del final encontramos, con frecuencia, el sentido de esa película, que en algunos tramos de su proyección nos quedaba diluida en lo accesorio. Comiendo en compañía ocurre algo parecido. Nos sentamos en la mesa, empieza el ritual que avanza sin marcha atrás, como ocurre desde el momento que decidimos ir al cine y se apagan las luces de la sala de proyección. La liturgia continua consumiendo los platos y creciendo la conversación. En la sobremesa hablamos, degustamos, valoramos lo comido y vivido. La comunicación es arte y parte de la comida. No sólo alimentamos el cuerpo, también el espíritu. Lo sentido y vivido expresado, es doble disfrute.

Compañía, comunicación, percibir al otro, sentirse bien uno mismo, valorar lo que se disfruta y saborea... forma parte de una vida saludable, que cine y alimentación permite. De eso se trata.

Este trabajo se centra en el consumo sano y saludable. Desarrolla aspectos y conexiones entre cine y alimentación. Pretende utilizar el medio cinematográfico como recurso, que facilite dinámicas de análisis y comunicación en torno a los múltiples conflictos que esconde el comportamiento alimentario. Pero nada de esto es posible si no parti-

¹ Extraído de GABELAS J.A. Coord. "La prensa en el cine". 1998 Zaragoza. Col. Comunicación y Medios. Edita Prensa Diaria Aragonesa. El Periódico de Aragón.

mos de unos presupuestos que nos aclaren ciertos conceptos, y que nos motive a una actitud de consumo crítico, consciente y constructivo. Por estas razones consideremos oportuno empezar hablando de cine y lenguaje. De sus falacias y representaciones. De la realidad y la ficción.

Entre las distintas contradicciones del lenguaje encontramos que es turbio, pero necesario. El cine también es lenguaje. El lenguaje es ideología y la mirada del lector o del espectador no es inocente. Partiendo de estas premisas intentamos atravesar la opacidad de este medio arañando su aparente transparencia. Con frecuencia se oye que el cine, la prensa, la tele, son una ventana abierta al mundo. Mirada y cámara se confunden, de hecho ya hubo una corriente cinematográfica llamada cine-ojo con Vertov a la cabeza, que se empeñó durante unos años en fusionar ambos elementos y llamarlos "realidad". Varias décadas más tarde, desde los púlpitos del periodismo más purista, se intentará defender que la información es objetiva. Sospechamos que existen muchos intereses por hacernos creer que lo que vemos es lo que existe. El vivir para ver parece que se convierte en un ver para vivir. Ningún medio de comunicación de masas es una ventana abierta al mundo. El que se asoma a la ventana ve lo que hay u ocurre al otro lado. Los medios, estos grandes paneles de proyección y ocultación, muestran parte de algunas "realidades" y silencian muchas otras. Mediante el encuadre, se selecciona la información "válida" (ellos nos dicen a nosotros lo que quieren que sepamos, ellos saben lo que necesitamos saber), que los que estamos al otro lado de la pantalla validamos como real.

Esta selección se realiza mediante un entramado retórico con imagen, texto y montaje. Se fabrican representaciones que nos sirven como información. Apunta L. Mastermann en *La enseñanza de los medios de comunicación*, la prensa estructura el mundo en relatos de negocios, ocio, arte, deporte, política..., no para facilitar la comprensión, sino porque así las audiencias son segmentadas y vendidas a los publicistas." Audiencias y publicidad. El primero es un concepto fabricado a la medida del segundo. Ese número de espectadores que nunca se sale del estadístico espectador medio llamado audiencias, es un "target", un público-objetivo, objeto y sujeto de las ventas. Por tanto, los medios no son ventanas abiertas y transparentes al mundo, ni tampoco son un reflejo de la sociedad. Las imágenes que producen los medios son representaciones de la realidad elaboradas desde una ideología, la de sus propietarios y sus intereses. ¿Qué información podemos tener de la realidad si unos pocos -los propietarios de los medios- nos sirven en bandeja de plata nuestro menú de información diaria? ¿Dónde está la realidad, donde el control de esa información? ¿Qué es eso de la libertad de expresión si no existe libertad de acceso a la información? ¿Libertad de expresión para quién?

El significado y análisis no está sólo en el propio documento impreso, audiovisual o electrónico, sino en la interacción entre audiencias y documento. Qué información nos llega, por qué nace y muere la noticia, qué relación existe entre la información que nos

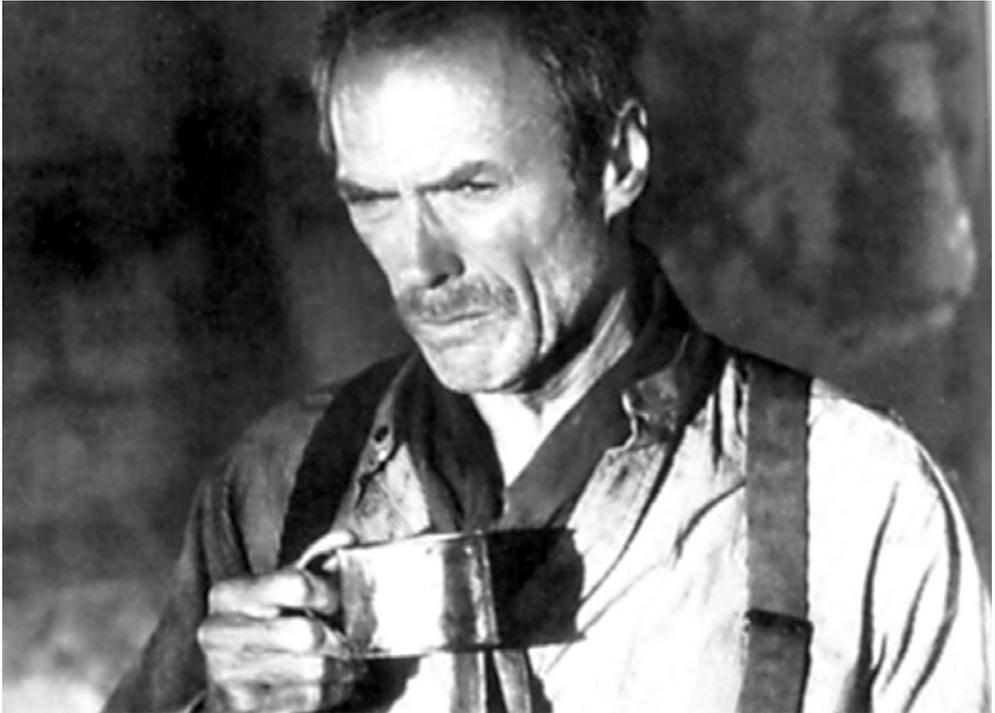
Entre las distintas contradicciones del lenguaje encontramos que es turbio, pero necesario. El cine también es lenguaje. El lenguaje es ideología y la mirada del lector o del espectador no es inocente.

serven y nuestro interés por la misma, qué posibilidades tenemos de contrastar esa información, cómo podemos convertir la información en comunicación de grupo, serán algunos ítems que nos acompañarán en este trabajo.

Nos encontramos ante un fenómeno, los medios, enormemente complejo y opaco. Medios y audiencias necesitan una revisión. Desde las grandes industrias culturales, que rápidamente se convierten en fábricas de sueños, existe un poder mágico, la comunicación. Hoy es muy difícil separar comunicación y mercancía. Ha desaparecido la comunicación entre pares, entre iguales. La comunicación que nace desde las mismas necesidades, de unos mismos objetivos.

Dos asuntos nos parecen prioritarios. Primero, la relación existente entre receptores y documento, que proponemos dialógica. En segundo lugar, constatando la diferencia esencial que existe entre realidad y representación. Lo dicho supone romper el cristal de la transparencia de los medios, descubrir su opacidad, hurgar en la noticia para descubrir sus contextos y referentes.

Pero volvamos al cine. Su vientre artístico está preñado de pintura: encuadres, composición, claroscuros, escorzos y otros valores plásticos; de la literatura, en su narración, acciones paralelas y recursos literarios; del teatro, con la puesta en escena, los decorados, la iluminación e interpretación; de la música, en su sonoridad y ritmos, así como en sus atmósferas emotivas; del cómic, en la creación de personajes y situaciones. La imagen cinematográfica es esto y mucho más, porque narra mostrando y fundiendo -como apunta R.Gubern-, las artes plásticas y la narrativa.



Pilar Punzano o Clint Eastwood: la alimentación presente en todas las películas.

El cine, fábrica de sueños, ha sido en sus dorados años cuarenta y cincuenta, el gran artífice que ha convertido la realidad en un fantástico e interminable sueño con el que se han identificado millones de espectadores a lo largo de décadas. La TV, con la aparición de las privadas y el entronamiento del espectáculo, en el que lo más exótico, lejano y fantástico puede ser visto en el salón de nuestra casa, aboliendo las leyes del espacio y del tiempo, nos ha familiarizado tanto con la imagen, que la confusión entre realidad y representación es mayor. Y así nos hemos acostumbrado a confundir realidad con ficción, hecho con representación, renunciando inconscientemente al conocimiento, al descubrimiento de los distintos entornos que conforman nuestra percepción. Ya no interesa estar-tocar-sentir-vivir la realidad, sino ver. Nuestra privilegiada condición de mirones nos permite renunciar a la experiencia directa y al conocimiento porque es verdaderamente cómodo que nos entretengan.

A lo expuesto habría que añadir otro detalle: todos vemos-escuchamos-sentimos los mismos relatos. Con los mismos argumentos (desde unos mismos acontecimientos, personajes y escenarios), mediante idéntico discurso (un narrador-vedette, una historia, una ideología o punto de vista). Todos estamos debida y puntualmente informados y conmovidos por lo mismo. Con estos argumentos y desde estos discursos existe un tratamiento concreto, interesado, planificado para transmitir bien unas emociones, mediante la exposición de unas ideas simples (recordemos la incapacidad del medio televisivo para otra cosa), que necesitan ser comprendidas con comodidad y fácilmente por todos. Sangre, sexo y lágrima es lo que vende. Estos son los ingredientes que alimentan el espectáculo que envuelve el relato. Diríamos más, no sólo lo envuelve - como ya comentaría hace unas décadas M. MacLuhan, "el medio es el mensaje y el masaje"-, también lo condiciona y lo conduce.

Una lectura atenta del último -al menos en parte- cine español -podríamos hablar del cine de los noventa en adelante, asoma buenas maneras. Desligado de los fantasmas de la posguerra y destetado de las ubres norteamericanas. Hunde sus raíces expresivas en la búsqueda de nuevas fuentes temáticas y en la narración como sentido de su hacer. Sin duda alguna es una buena noticia frente a la caterva de películas cuyo único objetivo es el más difícil todavía de sus efectos o la explotación escénica de la última estrella de turno.

Pero sólo en la recepción crítica no nos podíamos quedar, no se trata de poner el tren en marcha hacia ningún sitio, la estación que proponemos es la comunicación. El proceso de nuestro proyecto de trabajo entre cine y alimentación empieza en la recepción crítica y continua en la expresión múltiple y en consecuencia, en la comunicación. Al desarrollar la planificación de las actividades veremos cómo desde el análisis, que nos permite ese sano distanciamiento con la imagen, nos acercamos al conocimiento que se convertirá en experiencia gratificante donde el intercambio y la comunicación son los grandes facilitadores.

El carácter de cada gastronomía ha recorrido los distintos contextos geográficos, consiguiendo una inesperada y rápida difusión mediante el cine. No en balde, tal y como

apunta Marta Belluscio², el noventa por ciento de los guiones desarrollan un desayuno o almuerzo, citas en restaurantes, algún diálogo próximo a lo culinario, incluso recetas. Intentaremos realizar un breve recorrido siguiendo el “tufillo” a comida que nos dejan los distintos géneros cinematográficos a lo largo de la historia. No es nuestra intención ser exhaustivos en la mención de autores y películas, aunque creemos que las que aparecen son representativas.

El género histórico abre con *Cleopatra* sus festines en el Antiguo Egipto. Mankiewicz recoge copiosa documentación de Herodoto para recrear con todo lujo de detalles los festines palaciegos. Sensualidad oriental y pragmatismo hedonista romano, hunden su abrazo en cada uno de los banquetes. Las palabras de Ramsés ya aconsejaban: “Cuando mueran no podrán gozar, así que, sin preocuparse, coman, beban y disfruten mientras vivan”. Cleopatra, hábil política, llenó sus negociaciones de manjares. Junto a César afianza su poder y firma sus alianzas. Luego vendrán los banquetes romanos, donde los patricios y césares comían recostados hasta hartarse. Fellini y su *Satyricon* nos mostrará estos parajes en los que la comida y sus encuentros se convierten en parte inexcusable del guión y de la puesta en escena.

El medieval cinematográfico también está repleto de ritos y leyendas gastronómicas. La pantalla nos presenta a caballeros sajones y normandos que se aferran con las manos a las patas de los ciervos y jabalíes. Hasta que exhaustos caen al suelo, para reiniciar de nuevo la gesta una vez recuperados. Cacerías, torneos y banquetes rompían la monotonía de la nobleza. En torno a la mesa el exceso se convertía en fiesta y orgía. También Fellini evocará con sus escenas y luces aquellos siglos oscuros con Casanova. P.P. Passolini retrataría la Italia del siglo XIV con el Decameron. Como si de una estratégica receta se tratara, combina sus ingredientes religiosos, sexuales, políticos y pasionales para presentarnos la crítica sociedad de los albores del Renacimiento.

Llegamos al cine de Visconti. *La caída de los dioses* presenta una familia industrial que se arrodillará a las exigencias de la ocupación nazi para poder salvar su patrimonio. El barroquismo de sus reiteradas escenas indicarán la progresiva descomposición de esta familia y la desintegración de una aristocracia a la sombra del Tercer Reich. Esta temática, la volverá a tomar con *El Gatopardo*. Después del éxito que tuvo la novela de Giuseppe Tomasi di Lampedusa en 1958, Luchino Visconti realizará esta adaptación en 1963. Volverá a ser una excusa para describir los distintos y fastuosos encuentros gastronómicos de la aristocracia en decadencia. Tal y como apuntan los críticos, el momento más explosivo del rodaje y del arte culinario exhibido en *El Gatopardo*, reside en la secuencia de El Baile, que ocupa casi un tercio del metraje. Rodada a lo largo de cuarenta días, con sus noches y madrugadas, dispuso del asesoramiento de Gioalchino Lanza Tomasi, hijo adoptivo de Lampedusa. Su saber y consejos se plasmarían en la

Un pícaro que mendiga, trabaja, se afana por encontrar esa mesa cubierta de mantel y panecillos. El pollo y el pavo asado aguardan. Con los Hermanos Marx, en *Una noche en la ópera* transformarán el entorno culinario en una gran charlotada surrealista.

² BELUSCIO M. *Comida y cine: placeres unidos*. 1997 Barcelona. Editorial La Máscara.

meticulosa documentación gastronómica y protocolaria. Una vez más, la mesa y sus comensales se convierten en desarrollo narrativo y elemento dramático esencial en el reflejo de una época y sus miserias.

El cine del gag cómico también rinde su tributo al comer. Las llamadas comedias de pastel y nata conocerán su esplendor con Stan Laurel (el Flaco) y Oliver Hardy (el Gordo). Esta pareja, amantes de la buena mesa, se conocerán en el transcurso de una cena y protagonizarán muchos cortometrajes en los que la tarta de nata que explota en la cara es la metáfora de la tragicocómica existencia. Charles Chaplín, con *La quimera del oro* hará otra vuelta de tuerca, empleando la comida como lucha por la supervivencia. El que se alimenta vive, aunque el ser humano es y necesita algo más que comida. El hambre será el pretexto para recuperar con esta historia el protagonista de los clásicos, el pícaro. Un pícaro que mendiga, trabaja, se afana por encontrar esa mesa cubierta de mantel y panecillos. El pollo y el pavo asado aguardan. Con los Hermanos Marx, Groucho, Harpo y Chico en *Una noche en la ópera* transformarán el entorno culinario en una gran charlotada surrealista.

Nuestra retina conserva sin esfuerzo cientos de imágenes y escenas, en las que el capo de turno es acribillado a balazos mientras degusta un plato de pasta. La servilleta que rodea su cuello sugiere su futura mortaja. El cine negro y policíaco desarrolla sus historias y secuencias entre festejos, vendettes, vino y pasta. Mucha pasta. Títulos y títulos de memorables cintas se nos agolpan en la memoria. Pero detengámonos en *El Padrino*. F. Ford Coppola recibe tres Oscars como mejor guión, actor y película. Adaptación de Mario Puzo, la primera parte de *El Padrino*, arranca con la boda de su hija. La comida se despliega por el jardín, las mujeres cuidan los detalles. Coppola y Scorsese, dos directores italoamericanos, revelan una personalidad del capo, menos estereotipada, con más matices. Huyen de la estampa del mafioso impulsivo y pasional que nos tiene acostumbrados el cine de Hollywood. Don Vito Corleone será un capo de negocios, frío y racional. Amante de su familia. Sereno y defensor de la tradición. No permitirá que el negocio tome rumbos escabrosos. Con la saga de *El Padrino*, al son del aceite de oliva derramándose sobre las pizzas, y el fondo doméstico del mantel a cuadros que cubre la mesa, el espectador descubre cómo se crea un sólido dramatismo en torno al comer y sus circunstancias.

Asomarnos al indefinible cine de Buñuel es entrar en la complejidad del misterio. El maestro de Calanda volverá a recoger la dialéctica que engendró el fenómeno del cinematógrafo: realidad y ficción. Desde una mirada escrutadora, propia de aquellos que observan escrupulosamente los insectos, y nuestro director era de ellos, disecciona la naturaleza humana en cada una de sus películas. Desde esta aventura interior, sin ambages ni concesiones morales, expone la miseria con el naturalismo más veraz. Será desde este trayecto donde aparece el misterio, rozando la crueldad. Pero Buñuel no inventa nada, sólo recrea la propia contradicción humana seducido por el instinto y lo irracional. Buen discípulo de Sade llegará a comentar en una de sus últimas entrevistas³ que la imaginación tiene el poder de realizar todo aquello que impide la realidad.

Pues bien, dentro de este cine, el director de *Los Olvidados* también nos contará algunas de las más célebres historias alrededor de la mesa. Pensemos en *Viridiana*. Así como Visconti analiza la caída de una aristocracia, Buñuel proyecta el ojo de su cámara hacia

³ BUÑUEL, L. *Mi último suspiro*

la cínica y falsa burguesía. Viridiana despliega los acordes del más auténtico cine buñuelesco. Austeridad narrativa, mezcla de lo cotidiano con ensoñaciones, ruptura de la linealidad temporal, ácido y corrosivo retrato de una burguesía que se hunde. El fetichismo, el amor imposible, las obsesiones religiosas. Y los pobres, pobres miserables, que –como ocurre con el marginal Jaibo en *Los Olvidados*– no mueven a la compasión, ni a la beneficencia, sino que se presentan como seres humanos indeseables. Como en *Las Hurdes*, la tierra presentará sus productos culinarios: potajes en los platos de los mendigos, asados de cordero de la España cañí y profunda, natillas caseras de las de antes con leche recién ordeñada. Viridiana atormentada, se alimenta de nada, su caridad se lo impide. Comer equivale a pecar, porque la comida es placer. La veremos dormir en tablas de madera, vestirse con camisones de basta tela. Dime qué y cómo comes y te diré quién eres. Don Luis utiliza la comida y el alimento como recurso de caracterización. Los pobres e indigentes comen legumbres, como ocurre hoy en los comedores de beneficencia, los burgueses comida elaborada en caras mantelerías. Pero nuestro autor no se puede quedar en una mera exposición descriptiva, busca algo más. El escándalo tiene su sello y cuña. Con la escena de la última cena, inspirada como se sabe en el célebre cuadro de Leonardo da Vinci, aparecen los mendigos presididos por el ciego, -figura recurrente en el cine buñuelesco, siempre despótico y detestable-. Estos singulares comensales invaden las pertenencias burguesas celebrando una orgía bajo los compases del Mesías de Haendel. La mesa se ha convertido en metáfora de una sociedad que se deshace en sus migajas.

El cine de Buñuel ha optimizado la presencia de la comida, sus ritos y liturgias. No sólo ha sido parte de la puesta en escena y caracterización de personajes como hemos visto, también lo ha sido como elemento sustantivo, temático. Desde *Las Hurdes*, siguiendo con *Los Olvidados* y llegando a *Viridiana* –obviamos otras cintas por cuestión de espacio–, Buñuel escenifica el hambre en aquellos niños hurdanos, sin dientes y sin un mendrugo duro de pan que llevarse a la boca. O el trozo de carne que en una de sus más célebres ensoñaciones arrebató Jaibo a Pedro, en *Los Olvidados*. O las escenas en que repetidamente Pedro le pide a su madre un trozo de pan, sin conseguirlo. O en la última cena mencionada de *Viridiana* en que los propios mendigos aíslan en una esquina de la mesa al leproso, ofreciéndole sólo las sobras. En efecto, no estamos ante un cine fácil, ni complaciente. El cine del maestro de Calanda es un puñetazo en el ojo.

A partir de los años ochenta la mayor parte de la producción cinematográfica es ligera en su concepción narrativa, evasiva en sus contenidos y saturada con efectos digitales de última generación. No estamos diciendo que sea un cine mejor o peor que el de antes, es distinto. Para hacer una valoración de la calidad del cine de antes y de estas últimas décadas se precisaría otro espacio, que no es el que nos ocupa. Lo que sí nos interesa es aventurar posibles relaciones entre este cine de consumo, con la presencia de lo culinario y alimentario en sus guiones y escenas. Es decir, tanto en su planteamiento temático y narrativo como formal.

También sería larga, aunque no tanto, la lista de ese otro cine, con otro “tempo” narrativo, con otro guión, con otra intencionalidad que no busca sólo entretener, aunque también. Aquí la mesa ocupa su lugar y su tiempo. Forma parte de lo diegético.

Una primera observación es que en este cine la mesa y sus entornos gastronómicos no tienen un papel importante. Podríamos citar cientos de películas en las que comer, solos o juntos, no es pretexto narrativo, ni diegético. La presencia de la comida es algo banal y accesorio; totalmente intrascendente, de modo que si omitiéramos esas escenas, el guión, la historia y el film permanecerían igual. No es una cuestión de géneros filmicos, puesto que el cine que hoy se exhibe prácticamente carece de ellos, dándose una concentración híbrida de géneros, estilos, e incluso corrientes y medios artísticos diferentes. Tampoco es cuestión de autores, dado que algunos que han desarrollado con detalle y protagonismo la mesa y sus banquetes –estamos pensando en Martín Scorsese, con *La edad de la inocencia* o Peter Greenaway y *El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*– han realizado otras muchas imprecisas y carentes de este elemento.

Este cine es rápido, muy rápido. La acción es externa. Los personajes empiezan y acaban en el primer cuarto de hora de metraje. Es un cine pensado para el consumo. La comida, la mesa, el banquete no tiene ni tiempo ni espacio. Cuando los sujetos narrativos salen comiendo es pura transición temporal, sin contenido narrativo, ni temático. El atrezzo, el ritual, la liturgia de la comida no existe. Como me comentaba en una conversación informal el periodista y crítico Carlos Gurpegui, se nos antoja que existe una diabólica complicidad entre la ligereza narrativa, que exige un consumo rápido, y la propia comida que se consume, comida basura. Intentemos recordar. ¿Alguien mantiene en su memoria algún encuentro culinario o gastronómico de interés en el cine que hemos aludido? Probablemente haya alguna, probablemente sean la excepción. El culto al encuentro, a la comida y sus paladares, a la comunicación en torno a la mesa ha sido sustituido por el culto a la imagen, al propio cuerpo. La televisión ya hemos visto que hace de caja de resonancia, el resto de los medios sigue su guión.

También sería larga, aunque no tanto, la lista de ese otro cine, con otro “tempo” narrativo, con otro guión, con otra intencionalidad que no busca sólo entretener, aunque también. Aquí la mesa ocupa su lugar y su tiempo. Forma parte de lo diegético. Enlaza y penetra a los personajes, lo que dicen y no dicen; lo que piensan y sueñan. En las páginas anteriores ya hemos citado y desarrollado dos historias que cobran su significado en sus comensales, encuentros y desencuentros. Recorramos brevemente algunas otras.

“La cena en Villa Salina se servía con el esplendor de entonces al estilo del reino de las Dos Sicilias. El número de comensales era de catorce. Entre los dueños de la casa, institutrices y preceptores, bastaba por sí solo para dar un carácter imponente a la mesa” Dice la novela *El Gatopardo* de Giuseppe Tomasi di Lampedusa. Visconti se encargará de inmortalizarla con su magnífica adaptación en 1963. Encima del mantel rutila la pesada cubertería de plata, la cristalería de Bohemia con sus insignes grabados. El príncipe Fabrizio servía personalmente la sopa, como correspondía a su deber paternal. Ningún hijo llega tarde a la mesa. Hablaban de la guerra, pero sin preocupación. Comían. Al finalizar se presenta la gelatina al ron, golosina preferida de Don Fabrizio. Surge altiva, como un torreón, acosado por una guarnición de cerezas. Decorado, escenografía, exquisitez culinaria ... diálogos intensos, silencios llenos. Todo sucede alrededor de la mesa. *El Gatopardo* será como una buena cena, con sus distintos platos. Todo en su punto. Una clase sociedad se desmorona, la comida es su contrapunto. La cena de bienvenida en Donnafugata, la gala banquete de los Pontoleone, las comidas en la hierba, huelen a dramatismo, saben a humanidad.

“Cuando Vera sirve el aromático y tónico café empieza la aventura cómplice entre los viejos amigos. La estimulación de la cafeína, el azúcar glassé de las pastitas rellenas

empujan a la agilización mental y sueltan la inhibición. Roger toca el piano, Mary entona una canción y los demás la acompañan. Los seis se abrazan formando tres parejas Peter y Maggie, Edward y Sarah, Roger y Mary. Brian, permanece al margen. Un rato más tarde la cocinera entra a despedirse y Peter la abraza: ¡Gracias Vera!, ¡ Ha sido una cena espléndida! Y como para una cocinera ese es el mejor pago, su cara brilla exultante.” Estamos hablando de la película de Kenneth Branagh 1990, *Los amigos de Peter*. Toda la acción ocurre en un ir y venir de cacerolas, al igual que en Como agua para chocolate, alrededor de Vera, esmerada en la comida del mediodía y la cena de Nochevieja. Peter y sus amigos entretienen encuentros y desencuentros, realidades y deseos, entre plato y plato.

La edad de la inocencia 1992, basada en la novela homónima de Edith Wharton, es un proyecto en el cual Scorsese comienza a trabajar a fines de los ochenta. Asistimos a la cena de aceptación: un despliegue de códigos y ritos culinarios ocupa la opípara noche en la que Mr. Letterblair solicita a Archer ocuparse de evitar el divorcio de la condesa. Los dos abogados reciben el elogio de las frutas apetecibles, uvas negras azabache, manzanas rubí, ciruelas que endulzan la velada embargando el espacio de conspiración. El sommelier se inclina para verter en las copas el vino rosado; después llegó un sábalo coronado de limón y tartaletas rellenas de caviar...A este encuentro le seguirá la cena de Acción de Gracias, la cena del complot etc. Scorsese expone el fresco de una época, la alta sociedad neoyorkina de 1870, a través de siete sibaríticos banquetes, con lujo y ostentación. El fondo gastronómico, no sólo será una justificación expositiva, formará parte del conflicto entre los clanes aristocráticos. La antigua nobleza, la de siempre y de cuna, y el de los nuevos ricos, poderosa burguesía que acabará alcanzando el poder. Los personajes del director están atrapados por un rígido sistema de reglas y convenciones. Scorsese debe mucho en la puesta en escena a Visconti, de quien se confiesa admirador. De Hitchcock toma el ambiente musical y sus movimientos de cámara. Scorsese, Hitchcock, Visconti, tres directores que rubricaron en su testimonio cinematográfico las palabras que nos legó El arte del entretenimiento: “Una amena conversación hace una cena exitosa, importante para una buena digestión”.

La imagen llega donde no llega la letra, puede alcanzar la atención de ese grupo de jóvenes que por motivos mil ya están desconectados de la escuela y sus libros. El cine es imagen y emoción. Sus historias consiguen que vibremos, nos identifiquemos y proyectemos con sus personajes. De los distintos recursos y medios audiovisuales, este medio ha tenido gran predicamento en las aulas. ¿Cómo integrar el cine en un proyecto de educación para la salud? ¿Cómo podemos extraer el máximo rendimiento educativo a las películas que vemos en la tele o en las salas comerciales? ¿Qué aspectos, metodologías, dinámicas tenemos que planificar y secuenciar para integrar el cine en las distintas áreas de modo que se convierta en un eje transversal tangible y real? Estas y otras preguntas abiertas nos sugieren una serie de reflexiones. En la experiencia que hasta ahora nos acompaña hemos observado algunos problemas que tiene el profesorado al integrar este medio en el aula, coordinado con otros documentos y soportes como el libro, la música, programas televisivos, multimedia... Con el peligro de simplificar y el ánimo de facilitar la lectura y sus posibilidades didácticas, diremos que los inconvenientes se reducen a dos. En primer lugar, se trata de la elección de la película. Los educadores, preocupados por la "calidad", elegimos muchas veces las películas que están fuera de onda. Lejos de las preocupaciones temáticas, vitales y estéticas de nuestro alumnado. Una educación para la salud está unida a una educación para el consumo. ¿Cómo podemos educar en estos dos valores si exhibimos en nuestros espacios educativos películas que ellos no ven porque no les interesa? También es verdad que de vez en cuando, podemos motivarles a ver ese otro tipo de cine que para nosotros, adultos, es de calidad, concepto más que discutible. En segundo lugar, nos encontramos con el problema de los cómo. ¿Cuándo la proyecto, qué hago antes, durante y después? ¿Cómo motivo y oriento y contextualizo la cinta? ¿Qué actividades, dinámicas, ejercicios puedo realizar para explotar didácticamente la película elegida?

En la fase previa al visionado, facilita y garantiza nuestro trabajo el partir de la experiencia concreta del grupo. Sondar su situación, sus expectativas, sus necesidades. Desde aquí, el objetivo es estimular y motivar al alumno-a para que realice un visionado reflexivo, crítico, constructivo y autónomo. Algunos procedimientos para preparar esta fase son el introducir el tema específico, que en el caso que nos ocupa es la alimentación y la salud, entendida como crecimiento personal sano y equilibrado; como relación con los otros y la necesidad del grupo, la compañía, el respeto y la comunicación; y nuestra relación con el entorno que nos rodea, intentando mantener un ecosistema saludable y armónico. Además de orientar el tema, podemos dirigir la observación sobre algunas escenas o proponer un cuestionario a modo de guía abierta de visionado. Estas pautas se pueden retomar una vez concluida la película.

En cuanto al después del visionado, siempre se ha dicho, que un buen trabajo con una película comienza cuando acaba la última secuencia. El sondeo de las primeras impresiones que deja la película en el grupo es de vital importancia para captar aquello que les ha emocionado o impactado, para crear un clima cálido de expresión y comunicación que debiera sostener todo el postvisionado. Después de volcar perso-

nalmente lo que nos ha sugerido, evocado, emocionado o sorprendido de la película, comienza la reflexión y el análisis. Si previamente hemos entregado unas cuestiones, ahora en pequeño grupo o en gran grupo se discuten. A veces olvidamos que los debates también requieren un por qué y un cómo. Es decir, precisan unas pautas de conducción, un modelo didáctico de aplicación y unas conclusiones, que deben reflejar lo que el grupo ha sentido, pensado y contrastado. Una reflexión colectiva que empuja a la acción y al cambio, a una mejora de los entornos más próximos que acompañan al joven y su grupo.

Es verdad que hoy existe una gran preocupación por la salud. A esta certeza tenemos que añadir otro hecho. Los adultos, padres, madres y agentes educativos tenemos una percepción de la salud muy distinta que la que puedan tener los jóvenes. Tenemos una percepción de la muerte y la enfermedad que ellos no tienen. Además, estas realidades no son objeto de las grandes escaparates publicitarios porque no venden. Ante este hecho ¿podemos hablar de salud y educación para la prevención sin tener en perspectiva la enfermedad? Esta cuestión no pretende estimular campañas tremendistas, ni dramáticas, sólo tener en cuenta que la distinta percepción obliga a muchos replanteamientos sobre el cómo y para qué proponemos un proyecto de educación para la salud.

Con la alimentación no es diferente. Cada desayuno, cada comida se convierte en muchos hogares en una auténtica batalla campal. Una de las últimas encuestas⁴ sobre comportamiento alimentario realizada por el Colegio de Farmacéuticos de Barcelona, en colaboración con la Conselleria de Sanitat de la Generalitat de Cataluña, indica que el 40% de los escolares barceloneses de entre 11 y 13 años preferiría estar más delgado. Este estudio también señala que el 23% de las niñas, de esta edad y el 18% de los niños se ha sometido a distintos tipos de dieta.

Parece que la anorexia y la bulimia, junto con las toxicomanías, serán los trastornos psiquiátricos que más afectarán a los jóvenes en esta primera década del 2000. Como fondo se percibe una mezcla de bombardeo publicitario, despóticos cánones de belleza, crisis de adolescencia y falta de autoestima, que originan estas enfermedades que nadie duda en caracterizar como trastornos socio-psico-biológicos. Lo son sociológicos porque tienen su origen en factores sociales: la presión social con sus criterios estéticos sobre la belleza y el cuerpo, la satanización de la obesidad, la moda en el vestir y en la pose, el exhibicionismo corporal, la interiorización de determinados juguetes que asocian la delgadez al éxito. Si echamos un vistazo a los escaparates notaremos como las tallas que pasan de 40 no existen. Estos trastornos también son psicológicos, que pueden deberse a inseguridades, crisis de crecimiento, relaciones de dependencia, ansias perfeccionistas, faltas de autoestima. Para acabar, podemos hablar de trastornos biológicos en cuanto pueden estar motivados por la misma constitución, que es más corpulenta o que tiene una tendencia a la obesidad.

La salud, nadie la discute. Sin embargo, cuando llegan las situaciones concretas sobre qué alimentos sí y cuales no; o a qué hora y en qué cantidad, es cuando empiezan las diferencias y polémicas entre padres e hijos. Alguien dijo que somos lo que comemos. Vamos a desarrollar esta temática teniendo como epicentro de nuestro análisis dos películas. Hay, otras, podíamos haber elegido más, quizá no sean las mejores. Pero se trata de dos historias, bien contadas, que recogen como temática central lo que nos ocupa y preocupa. Que gustan a los jóvenes porque están narradas con sencillez, impecable puesta en escena, y estética cercana a los gustos y sentires de nuestro alum-

⁴ Escuela Española 5 de julio de 2001. Núm.3051

nado. Y que posibilita una larga batería de aplicaciones curriculares en las áreas transversales, tutorías, ética, ciencias sociales, así como en las distintas optativas relacionadas con la imagen como procesos de comunicación, imagen y expresión y comunicación audiovisual.

Comer bien también se aprende. La escuela lo enseña poco - por este motivo surgen iniciativas como la presente -, la familia no siempre lo tiene en cuenta. Para aprenderlo se necesita diálogo, tiempo. Coger el hábito cuando corresponde. La adolescencia ya es tarde para coger hábitos, como también es tarde para discutir lo que se debe o no debe comer. Quizás lo hayan tenido que interiorizar antes. Cierto que para un día o dos que salen con los amigos a la semana no van a comer verdura y pescado. Aprender que nuestro cuerpo necesita de todo un poco, las comidas a unas horas, y que no sólo es importante lo que se come, sino también cómo y con quién se come, requiere, como decíamos, dedicación, tiempo y esfuerzo. Como lo requiere aprender a leer o aprender a ver la televisión.

Una dieta equilibrada también precisa grasa. Porque es sabrosa y la reclaman las más de cien mil pupilas gustativas, que son un montón de terminaciones nerviosas sensibles que interpretan los cuatro gustos (dulce, salado, ácido y amargo), que nos permiten disfrutar de lo que comemos. Decíamos que la grasa es necesaria para nuestro organismo y su salud. El 3% del peso de una persona debiera de ser grasa, que compensa nuestras funciones, acolcha los órganos internos y amortigua un golpe o caída. En este juego de exceso y carencias de grasas se mueve nuestra sociedad: en 1995 se gastó 33.000 millones de dólares los EEUU en dietas, lo que supone treinta veces más que el presupuesto que dispone la ONU para paliar la hambruna.

3.1. Cine y promoción de la salud.

Nuestro trabajo se centra en la alimentación y sus contextos: amigos y familia, comunicación, crecimiento personal y autoestima, gastronomía y cultura, nutrición y dieta sana, culto al cuerpo, publicidad y adolescencia, relación ecológica con el entorno. Este conjunto de elementos y aspectos requieren un planteamiento que se sostenga en el marco amplio de la educación para la salud. Hoy son muchos los programas que desde las distintas instituciones apuestan abiertamente por la promoción, en la que se considera al sujeto, no un futuro paciente, sino alguien que contiene un conjunto de potencialidades por descubrir y explotar.

El comer bien o el comer mal no es un hecho puntual, anecdótico. Estamos en una sociedad que nos lo pone bastante difícil. Corremos contra el tiempo para llegar casi siempre tarde. La comida necesita tiempo, compañía, comunicación. Estar juntos, comer juntos sería un bonito eslogan para cualquier campaña de prevención. Los medios de comunicación de masas en general, la publicidad y sus adláteres en particular, tampoco ayudan. Venden e imponen unos modelos de belleza que provocan ansiedad y frustración, sobre todo en los jóvenes. Desde la televisión y sus series, desde el cine se exporta la comida basura, cuando tenemos una cocina mediterránea sabrosa, completa y sanísima. Dicho de otra manera, comer es cultura. Comer bien exige un tiempo, obliga a elegir, invita a estar acompañado, supone una planificación. La sociedad no enseña a comer bien, la escuela tampoco, la familia lo intenta, aunque muchas veces, tarde.

Unir alimentación y cine no es una arbitrariedad. El cine fascina, sus historias rondan

con mucha frecuencia la mesa y sus contradicciones. El visionado de sus películas, el análisis de sus secuencias, el comentario de los problemas que surgen y de los conflictos que atraviesan a sus personajes estimula la reflexión y el diálogo. El cine es más que una fábrica de sueños, modela actitudes y estilos de vida. Provoca el juego de la simulación y la analogía, que nos permite trabajar en grupo con los chicos y chicas adolescentes. Ojalá proyectáramos estas dinámicas en edades algo más tempranas, diez-doce años.

Aunque el proyecto que proponemos se fundamenta en la promoción, que duda cabe, que todos tenemos algún alumno o alumna en los primeros cursos de secundaria con una problemática concreta y centrada en los trastornos alimentarios. Estas experiencias nos demuestran una vez más que antes que tener que llegar a una terapia, se puede y debe planificar un programa que promueva y prevenga, promueva desde la salud y prevenga desde la educación. Educar para la salud.

3.2. Alimentación, sentimientos y emociones.

El cine es un recurso, insistimos en ello, que nos facilita infinidad de vías de diálogo con los adolescentes. Nos posibilita romper las dinámicas rígidas del aula en sus contenidos y programación. Nos invita a un análisis dialéctico con el conflicto y con los intereses vitales de nuestro alumnado.

Cuando las distintas escuelas y corrientes de psicología y psicobiología, buscan el papel destacado que la evolución asigna a las emociones dentro del enorme magma del psiquismo humano, nadie duda en subrayar lo relevante del corazón sobre la cabeza en los momentos cruciales. Cada emoción nos dispone de un modo particular y diferente para afrontar una situación difícil. El riesgo, la pérdida irreparable, la creación de una familia, un accidente, precisan una reacción emocional que las asuma, adaptando el sujeto a la nueva situación. Como indica Goleman⁵, del cerebro primitivo –el tallo encefálico- emergieron los centros neuronales, que millones de años después dieron origen al cerebro pensante, hoy llamado neocórtex. El hecho de que el cerebro emocional sea muy anterior al racional y que éste sea una derivación de aquél explica los estrechos vínculos entre el pensamiento y el sentimiento.

Podríamos realizar un censo de situaciones y escenas que recogieran expresiones, gestos que exteriorizaran algún sentimiento o emoción, de estas u otras películas en la línea del *Festín de Babette* de Gabriel Axel 1987, *Comer, beber, amar* de Ang Lee 1993, o *La gran comilona* de Marco Ferreri 1973. De la observación de este listado de emociones y sentimientos, a los cuales no sería fácil poner nombre, seguiría una valoración para aquellas personas que se expresan y los manifiestan, y las que no. Así como un comentario sobre cómo afecta esta manifestación a los demás.

En nuestras cotidianas relaciones con los demás se dedica mucho tiempo a evitar manifestaciones que delaten nuestros sentimientos. Parece que no está bien visto, es como si nos mostráramos más vulnerables. De no prestar atención a nuestros sentimientos pasamos rápidamente a prescindir de los ajenos. De este modo resulta difícil empezar una relación de afecto y menos de empatía, la base para una sana convivencia.

Parece que el precio que ha puesto la modernidad sobre nuestros corazones y cabe-

⁵ GOLEMAN. D. *Inteligencia Emocional* 1997 Barcelona Ediciones Kairós.

za es un aumento de la depresión. En la obra citada de Daniel Goleman se recoge la opinión de Martin Seligman, psicólogo de la Universidad de Pennsylvania: “durante los últimos treinta o cuarenta años hemos asistido a un ascenso del individualismo y a un declive paralelo de las creencias religiosas y del sostén proporcionado por la comunidad y la familia, todo lo cual supone la pérdida de una serie de recursos útiles para amortiguar reveses y fracasos de la vida. En la medida en que uno considere el fracaso como una situación permanente y lo magnifique hasta llegar a imbuir todas las facetas de la propia vida, se hallará predispuesto a dejar que un revés momentáneo se convierta en un conflicto permanente y sin solución”.

En cualquier caso ya es un hecho incontestable que las depresiones infantiles y juveniles constituyen un problema cada vez más acuciante. Las causas son muchas y diversas, manteniendo entre ellas complejas redes de conexión. La imposición de los cánones de belleza, empuja a las chicas, en gran medida y también a los chicos, cada vez a edades más tempranas, a marcarse como objetivo una carrera imposible contra el peso y el paso del tiempo. Desde las terapias de los expertos también se comenta que incluso hasta las madres posesivas acaban enredando a sus hijas en una atmósfera autoritaria de culpabilidad y vergüenza. Los distintos estudios apuntan, que detrás de estos problemas relacionados con el concepto de imagen que cada uno tiene sobre sí mismo, las conductas alimentarias y todos los contextos de autoestima, existen serias deficiencias emocionales. Goleman, Maria Kovacs, Leo Bastiaens y Gloria Leon entre otros sostienen que cuanto mayor es la gravedad del trastorno, más desbordante eran los sentimientos negativos, con que las chicas reaccionaban a los contratiempos, dificultades y problemas que la vida presentaba, así como menor era también su conciencia de sus verdaderos sentimientos.

De modo que cuando estas chicas y chicos, retienen una escasa conciencia de sí mismos, con unas habilidades sociales seriamente afectadas, se sienten alterados con una clara sensación de angustia. Luego vendrán los problemas con los padres, con los amigos. Los trastornos alimentarios son un detonante que se manifiesta en una bulimia, anorexia o voracidad compulsiva. Las terapias se centran en recuperar lo perdido mediante un ejercicio emocional. Las estrategias de prevención no debieran olvidar que todo programa arranca, pasa y acaba en la valoración y crecimiento de la autoestima. De lo contrario nos encontramos con lo que D. Goleman califica de distintas “cruzadas”: contra los embarazos juveniles, contra el fracaso escolar, contra las drogas, y cada vez más, contra la violencia. El problema es siempre el mismo, que llegamos tarde. Una serie de descubrimientos nos obliga a revisar los elementos esenciales que debe contener un programa de prevención eficaz. La Fundación W.T.Grant⁶ llegó a la conclusión de que las competencias clave que debe cubrir un programa se aproximan mucho a los elementos de la inteligencia emocional.

Destacaríamos como habilidades emocionales la conciencia de uno mismo; la capacidad para identificar, expresar y controlar los sentimientos; la habilidad para controlar los impulsos y controlar la gratificación, y la capacidad para manejar las sensaciones de tensión y ansiedad. Sin embargo, no podemos ignorar que las causas que provocan las distintas alteraciones en la conducta son muy complejas, y se encuentran interconectadas a factores biológicos, familiares, políticos y socioculturales

⁶ W.T. GRANT CONSORTIUM para la Promoción Escolar basada en la competencia social. “Drug and Alcohol Escolar, en David Hawkins et al, Communities That Care (San Francisco: Jossey-Bass, 1992)



Los amigos de Peter, de Kenneth Branagh, y *La cena de los idiotas*, de Francis Weber.

Comer bien no es comer sólo y deprisa. Los orientales dicen que los sólidos hay que beberlos y los líquidos masticarlos. El estómago también necesita tiempo. Un alimento bien masticado se saborea más, facilita el trabajo de la digestión. Otra costumbre es comer con la tele encendida. Las comidas en gran parte, y sobre todo las cenas, son el momento en que la familia se reúne. La ocasión para contar cómo nos ha ido el día, qué tal estamos. Si nuestras miradas están clavadas en la tele, no hay comunicación, apenas presencia.

Adivinamos que una buena comida implica planificación. Organizar una vida doméstica y personal. Establecer unas pautas, hábitos, horarios de convivencia. Tomar unas decisiones personales: qué me conviene comer, cuánto y cuándo. Los nutricionistas aconsejan comer de todo. La pirámide de los alimentos está colgada en muchas aulas y presente en nuestras mentes, aunque a veces, sólo en el plano teórico. Quizás convenga recordarla y pensar que el cuerpo humano necesita de todo, que los jóvenes, consumen mucha energía y que se tiene que recuperar para seguir creciendo

4.1.Hacia el cuerpo 10. En busca del maniquí.

Antes de lanzarse hacia un cuerpo ideal, habría que definir qué ideal estamos buscando. Hay que decir que una mujer tan delgada como las modelos modernas no podría menstruar. A medida que avanza la carrera hacia el peso cero la insatisfacción aumenta. Un estudio aparecido en 1995 en *Psychology Today* descubrió que el 70% de las mujeres se sentían deprimidas, culpables o avergonzadas después de pasar tres minutos viendo fotos de modelos en las revistas.

Desde las distintas campañas publicitarias se vende e impone unos cánones de belleza que buscan el cuerpo diez. Cuerpos que no existen en la realidad. Las imágenes que presentan los anuncios son trucajes y montajes realizados con las manos de una persona, las piernas de otra, los pechos y cara de una tercera y una cuarta.. ¿Si no existen como pretendemos ser como ellas? El mensaje publicitario emplea como eslogan el "sé diferente llevando o comprando tal marca". ¿Qué marca la diferencia, el tener un criterio propio o comprar lo que compran todos porque está de moda?

Colors nos ofrece los siguientes documentos, que en tono sarcástico pueden abrir un debate:

1. Sobre la anorexia: "¿Todavía no has dado con el régimen adecuado? Prueba con un desorden alimentario: su éxito es creciente (el 62% de las jóvenes británicas padecen uno) y no habrá peso que te resista. Lo primero es sentirte deprimida y despreciable. Aprende a odiar tu cuerpo y convéncete de que estás gorda (aunque lo más probable

⁷ COMER BIEN, VERSE MEJOR es documento videográfico editado en Mayo de 2001 por la Unidad Mixta de Investigación del Hospital Clínico Universitario y Arbada (Asociación Aragonesa de Familiares de Enfermos con Trastornos Alimentarios). Producido por Insertos y patrocinado por el Departamento de Sanidad, consumo y Bienestar Social del Gobierno de Aragón. 7A. Hacia el cuerpo 10. En busca del maniquí. Abril 1998, nº 25.

es que no lo estés). Si has optado por la anorexia nerviosa, dedícate obsesivamente a hacer ejercicio, a tomar laxantes y a fumar, y sobre todo no comas. Lo más probable es que peso disminuya un 30%. Una mujer de 1,70 m de altura puede bajar a 28 Kg., por ejemplo. No olvides llevar ropa holgada: aunque tu cuerpo esquelético te parezca normal, a los demás podría parecerse. ¿Y si decides volver a comer? No es fácil. La anorexia es prácticamente lo único sobre lo que ejerces cierto control. De hecho, incluso una terapia intensiva te proporciona una posibilidad entre tres de curación (y tienes el 15 % de posibilidades de morir). Si no puedes permitirte la terapia (muchos seguros no la cubren), lo mejor será quizá salir de viaje: la anorexia (corriente en las sociedades ricas, con abundancia de alimentos) es desconocida en tiempos de guerra o en los países pobres.

2. Sobre la bulimia: "Te ofrece lo mejor de los dos mundos: comer ¡y permanecer esbelta! Sigue este fácil procedimiento: como todo lo que te dé la gana, espera, hasta que aparezcan y te abrumen la culpabilidad, el pánico y el desamparo, sal corriendo hacia el baño, húndete los dedos en la garganta y vomita. Jenny, una antigua bulímica de Illinois (EEUU), efectuaba su rutina de hartazgo y purga cinco veces al día. "Siempre era el mismo tipo de comida (dulces, en general). En lugar de comer cinco galletas, me zampaba veinticinco". No olvides enjugarte la boca con bicarbonato de soda después de devolver (ayuda a evitar las caries, causadas por los ácidos estomacales). Al igual que con la anorexia, es probable que no te curves más que mediante una terapia intensiva que reconstituya tu autoestima. Y aun si supieras el trance, ten cuidado: los vómitos pueden haber causado daños en los intestinos y el esófago y acrecentado tus posibilidades de ataque cardíaco.

En las sociedades avanzadas se produce la paradoja de una enfermedad: la anorexia. Una sociedad presionada por la imagen y un tipo de comunicación, con una serie de hábitos alimentarios que se fundamentan en el exceso de sustancias que pueden dañar el organismo. Aquí tiene una responsabilidad incuestionable el discurso publicitario, que como indica J.M. Tornero y otros⁸:

Asimilamos y asumimos los valores asociados a los nuevos productos: adelgaza, con sabor único, queda muy bien, los demás se fijan y lo admiran.

Imitamos actitudes y comportamientos: todo lo enlatado es rápido, indica el dinamismo de quien lo usa, su valor energético es el mismo, lo puede preparar cualquiera, deja tiempo para otras cosas, y no ensucia. Nos identificamos con el estilo de vida que proponen: los usan las personas jóvenes, con cierto nivel de estudios y cultura, con un cierto poder adquisitivo.

4.2. ¿Cómo estamos de autoestima?

Podemos ser diferentes si nos lo proponemos. Si cuidamos nuestra autoestima. Nuestra percepción personal sobre nuestros propios méritos y actitudes, nuestra valía personal y capacidad de cambio. Sabemos que la autoestima se construye mediante las personas que nos rodean, de las experiencias, vivencias y sentimientos que se producen en todas las etapas de la vida, destacando la infancia y adolescencia. La percep-

⁸ J.M. Pérez Tornero y otros. *La seducción de la opulencia*. Ed. Paidós Contextos. Barcelona, 1992. Adaptado del debate que preparamos con los centros en El Periódico del Estudiante del 24 de noviembre de 1998.

ción que tiene una persona de sí misma está enormemente influenciada por la valoración que han hecho las personas más importantes para su vida. De ahí el reto que tenemos los padres y educadores. Cuanto más los tratemos como seres importantes, cuánto más amados y aceptados se sientan, más crecerá su autoconcepto. Algunas estrategias son comparar sus cualidades positivas para favorecer la autosuperación. Manifiestar las cualidades positivas a sus compañeros y en el grupo. Valorar lo positivo de cada situación. En fin, descubrir la capacidad de superación de uno mismo y de cada persona. Veamos algunos aspectos de la autoestima que merece la pena destacar.

- Vinculación. Todas las personas necesitamos establecer vínculos. Formar parte de un grupo o colectivo. Sentirnos pertenecientes a alguien. Es la consecuencia satisfactoria que una persona tiene al reconocerse importante delante de los demás, junto a las personas que aprecia.

- Singularidad. Todos tenemos cualidades, capacidades que nos hacen diferentes. Compararnos con otros modelos y personajes nos puede ayudar a captar nuestra singularidad. Nos puede ayudar a respetar la diferencia. Tomar conciencia de que somos únicos puede ser el principio para reconciliarnos con nosotros mismos y aceptarnos como somos. La singularidad es el resultado del conocimiento y respeto que una persona siente por sus cualidades o los atributos que le diferencian. El respeto y la aprobación que recibe aumenta su autoconcepto.

- Capacidad de cambio. La persona tiene poder, medios para ser mejor, crecer y superar las dificultades. En este aspecto entra de lleno las habilidades sociales y comunicativas que podamos desarrollar para conseguir el cambio.

¿Existe comunicación entre padres e hijos? Desde las tutorías y reuniones con padres hemos oído muchas veces aquello de "es que no hay quien hable con mis padres". Vas de excursión con los jóvenes o hablas con ellos en la calle o recreos y te dicen: "es que con mis padres no se puede hablar". ¿Qué es lo que ocurre? A los padres de hoy les preocupa los estudios de sus hijos, las drogas, la tele y los videojuegos, el peligro de las calles con las zonas y los grupos, la sexualidad. A los hijos de hoy les interesan sus amigos, su grupo, en primer lugar. También sus estudios, el pasarlo bien, que les aceptan, su físico, sexualidad, su futuro. ¿Si a padres e hijos les interesan muchas cosas comunes, por qué falla la comunicación? Parece que la palabra clave es empatía. Ponerse en el lugar del otro. Los padres cuando eran jóvenes también pensaban lo mismo, aunque la situación era muy diferente, muchos problemas también son comunes. Los padres pueden empezar a hablar de lo que sienten y sintieron cuando eran hijos.

4.3. El debate: algunas cuestiones de peso ⁹

Los datos y cifras estadísticas sobre trastornos alimentarios, son muy frecuentes en los medios. Como lo son las imágenes que acompañan e ilustran estas informaciones, que impactan pero que no provocan reflexión y diálogo. Proponemos algunos interrogantes, que no sólo motivan un debate, también invitan a la participación en el quehacer ciudadano.

- Todos hemos visto alguna vez campañas publicitarias y grandes operaciones de marketing sobre dietas milagrosas o productos de adelgazamiento. ¿Qué debe primar,

⁹ Adaptado del debate que preparamos con los centros en El Periódico del Estudiante del 24 de noviembre de 199.

la libertad de empresa y comercio o la protección de la seguridad y la salud de los consumidores? ¿Debe prohibirse esta publicidad o son los ciudadanos los que deben ser conscientes de sus límites?

- ¿Se debería y podría obligar a una cadena de ropa joven a ampliar sus tallas más allá de la 40 ó 42? ¿Qué papel deberían jugar las asociaciones de consumidores? ¿Crees que deberían denunciarlos?

- La adopción de un código ético que preserve la imagen de las jóvenes en la publicidad ¿pone en peligro la libertad de expresión y creación de los publicistas o crees que deben existir unas normas éticas?

- Existe una ley publicitaria que prohíbe la publicidad engañosa ¿Crees que asociar un determinado producto a juventud, éxito laboral o reconocimiento social es un engaño? ¿La publicidad subliminal, aquella que captan nuestros sentidos pero no nuestra conciencia, es engañosa?

- Al principio ocurrió con el alcohol, luego el tabaquismo, también con otras drogas. ¿Te parece que el Estado se está convirtiendo, en un juez y padre demasiado estricto o piensas que es necesario y conveniente regular aquellas actividades que puedan convertirse en un riesgo para uno mismo o los otros?

A partir del planteamiento de una pregunta, como punto de partida, los alumnos y alumnas pueden aprender a recoger información, buscar elementos para comprenderla, clasificarla, sacar conclusiones, y finalmente, exponerlas al gran grupo para el debate.

5.1. El contexto de los medios de comunicación de masas produce e impone sus mensajes.¹⁰

Cuando estamos leyendo un libro, cada palabra, cada línea siguen un trazado lineal en el tiempo, lo que posibilita la lectura y facilita la reflexión. Con los medios audiovisuales no ocurre lo mismo. Lo audiovisual no es lineal, no sucede en una línea temporal. Cuando estamos viendo y escuchando una película, o un anuncio publicitario, percibimos a la vez una serie de estímulos visuales y sonoros, que ordenamos y orientamos como podemos. Ahora bien, la instantaneidad de la imagen está al servicio de la explotación gratuita de lo sensible, buscando el más difícil todavía en las agotadas cotas del espectáculo. La competencia entre las productoras y las cadenas es muy dura. El espectáculo se hace mercancía y la mercancía se transforma en espectáculo. El imperio de la triple "ese" señala el pedigrí del producto: Sentimiento, Sangre y Sexo. Nos resultaría difícil encontrar un solo producto televisivo que de modo explícito o implícito no aluda a uno de los tres ingredientes.

Pues bien, como acertadamente apunta I. Ramonet ¹¹: "éstas imágenes de masa son máquinas insistentes hechas para que florezca y triunfen, estúpidos y soberbios, los estereotipos". Ramonet recoge lo más selecto de la escuela francfortiana, destacando a autores como Adorno, Brecht y Benjamín. A pesar de que hoy estén superados sus planteamientos basados en los efectos de los medios, nos parece muy oportuno señalar tres temores que, según indica este autor, siguen existiendo por parte de la llamada cultura letrada que reniega de lo audiovisual:

- El primer temor que señalan es que los productos mediáticos puedan reducir la gente al estado de masa y obstaculizar la estructuración de individuos emancipados, capaces de discernir y decidir libremente.
- En segundo, que puedan reemplazar en la mente humana, la legítima aspiración a la autonomía y a la toma de conciencia, sustituyéndola por un conformismo y una pasividad altamente regresiva.
- Y en tercer lugar, que pueda acreditar, en suma, la idea de que las personas deseen vivir extraviadas, fascinadas y embaucadas en la confusa esperanza de que alguna satisfacción hipnótica les llevará a olvidar, por un instante, el mundo absurdo en que viven.

Ha transcurrido más de medio siglo y estos temores parecen haberse convertido en una realidad. Hoy los medios producen y construyen una sociedad que refleja con bastante fidelidad lo temido. Sin embargo, cada destinatario no es sólo un receptor pasivo, un número de la audiencia, aunque también lo sea. El destinatario de los mensajes es un sujeto activo y creativo, su relación con el producto audiovisual se produce en

¹⁰ "La golosina visual". Ediciones Gustavo Gili. Barcelona 1983

¹¹ Algunas ideas aquí sugeridas están expuestas en la obra ya citada de "Las aulas ante la publicidad"

una serie de contextos y mediaciones que “relativizan” en mucho el posible impacto. Deja de ser importante el cuántas horas se ve, para preguntarse por qué se miran esos contenidos y no otros. Es decir, el problema no es sólo el qué se está viendo, sino el porqué se enciende la tele. O dicho de otra manera, la calidad del consumo será proporcional a la calidad de la recepción. Cuando estamos valorando la posible influencia del consumo de eslóganes, series, películas, videojuegos, carteles etc , en una persona que sufre un trastorno de conducta, sea alimentario o de otro tipo, hay que considerar que cada sujeto es un caso. La cantidad y calidad de su dieta audiovisual será un factor más pero que debiera estar articulado y contextualizado con el resto de factores biológicos, personales, familiares, sociales y culturales.

Por otro lado, y volvemos a retomar las reflexiones anteriores, no está de más que desde las tribunas letradas y académicas que tan fácilmente desprecian los productos y mensajes que proceden de los medios, se tuviera en cuenta que el consumo real de los jóvenes procede de las pantallas, destacando la televisiva- aquellos que los adultos y docentes catalogamos de programación basura- J. Ferrés ya ha dicho en sus distintas obras con muy buen juicio que una escuela que no educa en los medios es una escuela que no educa. ¿Cómo podemos educar en un consumo sano si ignoramos lo que consumen nuestros alumnos y alumnas? Con la intención de enmarcar un programa didáctico de integración de los medios y sus mensajes en nuestros espacios de formación , nos parece oportuno algunas concreciones.

A.- Superar la polémica imagen versus palabra; cultura de la imagen, cultura impresa.

¿Cuántas veces hemos apoyado nuestro discurso pedagógico en el antiguo dicho de una imagen vale más que mil palabras? Ahora más que nunca hace falta tender puentes entre la palabra y la imagen. La palabra puede ser el gran instrumento que nos permita tener una relación más ecológica con los miles de estímulos visuales y sonoros que nos llegan y penetran en nosotros día tras día. Desde la palabra echamos ese paso atrás que nos permite una distancia, el espacio mínimo para la reflexión y la crítica constructiva. Desde la palabra podemos recrear el encuentro entre iguales, recuperar la importancia del grupo como receptor crítico, frente a una recepción individualista . Desde la palabra, podemos recuperar nuestro discurso, nuestra mirada y nuestra relación con la realidad, tantas veces sustituida por la mirada de otros desde los grandes medios.

Imagen y palabra han conservado desde siempre una gran amistad. Las grandes culturas de oriente y occidente han sido transmitidas por descripciones orales y narraciones siempre apoyadas en la imagen y la ilustración. El pensamiento humano es visual, aprendemos a leer y escribir con sistemas visuales y gráficos. Nuestro propio cerebro está repartido en dos hemisferios, el intuitivo y el racional, que apenas separados, operan conjuntamente y producen el pensamiento.

B.- Una educación para los medios desde los medios exige una educación en el consumo.

El exceso de información es ruido, dixit U.Eco. Nuestro problema no es de falta de información, sino de falta de tiempo para asimilarla. No podemos filtrar, seleccionar, digerir. El exceso nos supera y desborda. Con la irrupción de las llamadas TIC (tecnolo-

gías de la información y de la comunicación), la cantidad de información que tenemos precisa una gestión y una conversión al conocimiento. Se habla del derecho a la libertad de expresión pero, ¿dónde está la libertad de acceso a la información?. ¿Libertad de expresión para quién, para todos?

Con la publicidad, como con la información en general nos enteramos de lo que quieren los grandes medios, que tienen grandes propietarios y muchos intereses. El gran emporio financiero internacional ha diseñado un guión a su medida para que estemos correctamente "informados". Como consumidores tenemos que conocer nuestro derecho a estar informados, no sólo entretenidos. El discurso publicitario es el gran circo, tiene payasos y escenarios que nos recrean; acróbatas y trapeceistas, que nos sorprenden con los últimos efectos digitales; tiernos animalitos y enanos que nos enternecen con sus entrañables presencias e historias. Pero sobre todo tiene un amo que ha montado la carpa, las luces y el ritmo del espectáculo. Él decide cuándo empieza y cuándo acaba la sesión. En nuestro consumo, no hay lugar para la carta, menú para todos, como lo marca el "chef".

C.- El conocimiento de nuestros alumnos como punto de arranque y retorno.

La cultura popular también es cultura. Tarde o temprano todos hemos caído de la burra. Pensábamos que a fuerza de poner en las clases películas de los años cuarenta o cine que llamamos de calidad, eso sí, muy sesudo; o incitándoles a leer nuestros clásicos del barroco; o colocando esas preciosistas melodías románticas... elevaríamos la calidad cultural de nuestros alumnos. Sus series favoritas, los anuncios, sus videojuegos, las pocas noticias que escuchan de deporte y música, sus programas de radio, su cine... no cuenta, porque carece de gusto y estética, o sencillamente a nosotros no nos dice nada, e incluso molesta. Y así, pensando, pensando, íbamos abriendo cada vez más el hueco y el vacío entre ellos y nosotros.

Cuando estamos generando en el aula dinámicas de participación alrededor del trabajo con los medios, no es fácil romper rígidas inercias. Estamos demasiado acostumbrados a ser nosotros lo que tenemos el poder, la información y la palabra. Nos dirigimos a ellos desde nuestras tribunas del conocimiento y el saber. Repetimos y repetimos los viejos esquemas del emisor, mensaje y receptor. No tenemos en cuenta que ellos no son receptores, sino que son sujetos conocedores, pensantes; que ellos tienen una serie de experiencias, fantasías y conocimientos sobre el entorno, la actualidad y sus virtualidades que nosotros no poseemos. Y sobre todo, que tienen una percepción distinta, ni mejor ni peor, distinta a la nuestra. Una bella historia sobre el último modelo de coche o el efecto digital más atrevido para determinada bebida refrescante o la última hamburguesa de turno nido captado antes y más veces por ellos que por nosotros. Viven con pasión el mundo de las marcas, crecen con los mitos publicitarios, se identifican y proyectan en sus personajes e ídolos. Ellos tienen los ojos bien abiertos, la escuela no puede estar mirando hacia otro lado, ignorando el consumo de nuestros alumnos y alumnas. Desde lo que ellos ven, sienten, piensan, entienden y recrean podemos empezar a trabajar.

D.- Los contextos como los mejores pretextos para un análisis riguroso y creativo.

Masterman insiste en que los documentos, sean del tipo que sean, más si son mediáticos, pueden "explicarse" en términos de poder y control ejercido por unos pocos, lle-

gando a afirmar que los medios son instituciones cautivas. Campañas como Comercio Justo u otras desde las más variopintas ONGs y asociaciones, centran su atención en productos concretos. Quizás sea una de las maneras de facilitar los cómo no sólo a un análisis, sino también a una alternativa de consumo y participación ciudadana. En esta línea, grandes marcas deportivas, como Nike o Adidas, han sido descubiertas en sus vergüenzas de explotación, tanto en lo referente al trabajo infantil, como en salarios precarios para muchas y muchas horas de trabajo en condiciones infrahumanas.

Existen unos contextos de producción-distribución y comercialización de los productos que consumimos que es necesario conocer. Pero también existen unos contextos de recepción. Nuestros/as alumnos reciben los mensajes publicitarios desde unos intereses determinados que nosotros rápidamente calificamos de falsas necesidades y consumismo. También desde unas expectativas, con unas experiencias y un legado cultural que no se parece en nada al nuestro. Entendemos que un adecuado enfoque de trabajo con y para los medios debe partir del conocimiento de estos contextos

E- Comunicación, comunicación y comunicación.

La publicidad forma parte del oxígeno que respiramos. La comunicación debe ser el oxígeno de la educación que pretendemos. Hoy que se habla tanto de calidad, podemos sugerir que la calidad de los procesos educativos estará marcado por la calidad de la comunicación que exista.

Desde la búsqueda sólo de resultados no construiremos procesos de cambio y crecimiento. El mercado busca y se obsesiona con los resultados, que traducen en rentabilidad. Nosotros preferimos acompañar a Freire en su camino cuando dice: "El diálogo es una relación horizontal de un sujeto con otro. Nace de una matriz crítica y genera crítica. Cuando los dos polos del diálogo ligan entre sí, con amor, con esperanza, con el uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica".

Analicemos cómo es nuestra comunicación tal y como sugiere Kaplún¹². Veamos si es un monólogo vertical y unidireccional desde el poder, o es un diálogo horizontal, de doble vía y participativa, desde el sentido de lo comunitario. Dos modelos de comunicación, dos modelos de persona y sociedad están en juego.

5.2. Imagen y realidad. La representación

Todos recordamos la anécdota que atribuyen a R. Magritte en aquella célebre exposición de sus pinturas en París. Cuentan que uno de sus cuadros llamó la atención de todos los allí congregados. El lienzo contenía el dibujo de una pipa y una frase a pie de cuadro: "Esto no es una pipa". En efecto, esa pipa no se podía fumar, ni tocar, ni oler. Por muy banal que parezca esta conclusión, los medios en general y la tele en particular, tiene cautivos a sus espectadores en sus distintas representaciones.

Con indudable sarcasmo se ha denominado ventana abierta al mundo a una programación previamente diseñada y elaborada. Lo que sale por la tele existe. Lo que sale por la tele marca el guión y la agenda del resto de los medios, aunque internet está

¹²M. Kaplún. *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre. Madrid, 1998.

cambiando las tendencias. La hegemonía televisiva obliga a la prensa a ampliar sus fotos y titulares, a reducir y suprimir textos. Hemos dicho que si no sales por la tele no existes, tenemos que añadir que para que haya tele, debe haber imágenes. Las imágenes focalizan, seleccionan, encuadran una parte de la realidad. ¿De qué realidad estamos hablando cuando en los anuncios, series, concursos, magazines, telecomedias, sólo salen guapos y guapas, esbeltos y esbeltas, simpáticos y simpáticas? Las cadenas de televisión, únicamente seleccionan imágenes que nos dejan “pegados” a la pantalla y “clavados” en nuestros asientos. Nos lo repiten una y mil veces, convirtiéndose en la evidencia, en el hecho. La realidad es sustituida, sin que apenas lo notemos, por una serie de representaciones.

5.3. Estereotipos y modelos de conducta.

Entenderemos por estereotipo el conjunto de ideas y creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social, y sobre las que hay un acuerdo general y básico. Tres elementos sostienen la construcción del estereotipo: el cognitivo, lo forma todo aquello que sabemos; el afectivo, que contiene las emociones y sentimientos que me provoca; y el conductual, como consecuencia de los anteriores, las actitudes que se adoptan.

Pensamos con estereotipos, hablamos de los estereotipos, actuamos desde los estereotipos. Pensamos, hablamos y actuamos desde la normalidad de unos tópicos y etiquetas que como nos parecen tan naturales (“siempre ha sido así” “todo el mundo lo piensa”), no creemos que pueda ser de otra manera. Lo diferente no existe. La duda no está de moda. Así como las imágenes no hablan sino se las interroga, los estereotipos distorsionan la realidad y domesticamos nuestra recepción sino se identifican y desmontan.

Desde el modelo de educación que estamos defendiendo, el receptor deja de ser algo acrítico y pasivo, para ser sujeto emisor. Sujeto que descubre estos estupendos envoltorios ideológicos o estereotipos que convierten lo nuevo en lo bueno, lo típico en lo característico, lo normal en lo auténtico. En el estereotipo no hay lugar para la discrepancia, la duda, la minoría. Para lo diferente que enseguida se cataloga de raro. Lo complejo se simplifica y lo profundo se banaliza. Pero el estereotipo ni es gratuito, ni es espontáneo. Obedece a una construcción de la realidad, a unos intereses. Los cuerpos danone, la generación del petit suisse, la peligrosidad de los hispanos y negros, la mafia de los italianos, las feministas gordas-feas y antipáticas... son algunas de las descripciones que coleccionan los supermercados del tópico.

Estos enormes y poderosos “embaladores ideológicos” afectan de un modo muy notable a muchos de los mensajes que nos llegan desde los medios de comunicación de masas. R. Quin y B. McMahon¹³ desarrollan un acertado análisis, que nos vamos a tomar la libertad de adaptar. Estas etiquetas mentales confunden, manipulando las sensibilidades y emociones desde las series televisivas y concursos donde se presenta el éxito fácil y rápido, sobre todo si se tiene un buen cuerpo, o el desempeño de distintos papeles sociales. También distorsionan, mediante las distintas representaciones que nos hacen de las minorías (gitanos, hispanos, árabes, feministas...) y de los modelos informativos. Y simplifican con la visión maniqueísta y mercantilista de cualquier asunto

¹³ R.Quin y McMahon, Historias y estereotipos, Ediciones de la Torre, Madrid, 1997.

to social, político o económico, como hemos comprobado con el conflicto de Kosovo o lo que sigue sucediendo en el enfrentamiento judío-palestino.

Desde los mismos argumentos, con los mismos acontecimientos, personajes y escenarios; y mediante idéntico discurso, con un narrador, una historia y un punto de vista, todos nos sentimos bien: debida y puntualmente entretenidos-informados de lo mismo.

A. Las niñas y los niños

Esta visión estereotipada que nutren y divulgan los medios se extiende sin límite en las sucesivas campañas de juguetes en Navidad. Han sido muchos los proyectos y estudios que se han hecho sobre la cuestión de los roles. Nosotros recogeremos algunas conclusiones de la campaña *Decide tus juguetes*¹⁴. Lo femenino siempre se presenta con unas connotaciones asociadas a la obsesión por la belleza, la juventud y la ostentación. La madre aparece como una persona solícita y esclava del bebé. Negación absoluto del deseo de la mujer. Vacío, consumismo devorador para calmar la ansiedad. Lo masculino, en cambio, se presenta como lo viril: competitivo, violento, insensible.

Los juguetes para niñas serán para que jueguen a ser mamás y permanezca el sistema de roles. Los dirigidos a niños estarán marcados por la acción, la competición. Desde la estética, los de niñas tendrán colores dulzones y pasteles, músicas y ritmos pausados, voces infantiles y planificación lenta. Los de niños serán con colores vivos y brillantes, música trepidante y ritmos agresivos. A pesar de que estas tendencias se van suavizando, creemos que mantienen bastantes rasgos de los señalados.

Mientras tanto, la televisión sigue transmitiendo con un poderoso efecto multiplicador la vieja y rancia cultura-tópica norteamericana –porque hay otras culturas norteamericanas, pero no nos llegan desde los medios-, la sociedad modelo universal, la sociedad de los niños de todas las edades. Steven Spielberg uno de los grandes artífices de esta cultura, continua moviendo éxitos de taquilla con sus películas que recurrentemente exponen el “síndrome de Peter Pan”. Con E.T. marcaría un hito en la historia del cine, estigmatizando la sociedad con el niño-para-siempre. Como expone José Luis León¹⁵ la televisión ha llegado a tener una sólo audiencia, una global audiencia infantil compuesta de niños-niñas y de adultos-niños, debiéndose a que el ethos televisivo es un reflejo del ethos simbólico de la americanidad, equivalente a lo simple e ingenuo. El mundo de Disney, las soap operas, el Raeder’s Digest son algunas manifestaciones inequívocas.

B. Juventud, eterna juventud.

La publicidad, como lenguaje mítico que es, no refleja las condiciones reales de la vida, pero sí las aspiraciones, sueños, ideales y deseos. Los jóvenes reúnen todas estas expectativas. Representan la innovación –no hay campaña publicitaria sobre nuevas tecnologías, que no se asocie a juventud/progreso-, el cambio, el estímulo, el optimismo, la belleza, el futuro y la promesa.

Esta idealización de la juventud, produce en los mismos jóvenes una sensación de frustración. Palpan y experimentan que no son lo que se les muestra, que no consiguen

¹⁴ Decide tus proyectos. Compartir es divertido. Ministerio de Asuntos Sociales. IAM, MEC. Madrid, 1993.

¹⁵ J.L. León. Mitoanálisis de la publicidad. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona, 2001.

lo que se les vende, que la mayoría sigue estando en esa “tierra de nadie”, donde dejaron de ser niños y todavía no son adultos.

En la obra que hemos señalado¹⁶ Verónica Alconchel expone una experiencia de aula sobre cómo se ven los jóvenes así mismos, y en relación con lo que les ofrece los mensajes publicitarios. Ellos detectan que los anuncios exageran sus cualidades, utilizándolas; que reflejan lo que les gustaría ser - chicos y chicas sin complejos, ni preocupaciones -. Destacan una serie de palabras como jovial, vital, activo, sensible, elegante, feliz, rebelde, salvaje, racional, triunfador, vividor, soñador... que son pinceladas fijas y permanentes en cualquier historia publicitaria.

Ni lo feo, ni lo obeso, ni la preocupación o las carencias, están de moda.. ¿Qué es lo bello y qué es lo feo? Cuestión que ha provocado miles de polémicas y controversias a lo largo de la historia del arte, y que sigue sin consenso. Ese fenómeno que algunos autores denominan posmodernidad estableció una serie de cánones y medidas muy precisas para entender la belleza humana desde una dictadura de la estética, que no admite, ni permite diferencias. Lo joven y lo bello es lo que vende y convence. El discurso de la persuasión tiene en el culto al cuerpo su principal baza. Se maquillan los hechos y se oculta la realidad que es variada y a veces cruel, de esta manera, tal y como hemos señalado, se crean falsas expectativas y continuas frustraciones. Estudios sobre la anorexia y bulimia nos indican que la imagen consensuada por la dictadura del marketing y la moda como perfecta, que se ofrece desde el diseño y la publicidad, afecta poderosamente a los adolescentes, -mentes y cuerpo sin hacer- y encorsetan perjudicialmente sus deseos y querencias.

La juventud, sueño dorado. Con el Fausto, Goethe exhibe el mito de la eterna juventud, desde un drama que resulta emblemático para entender el romanticismo de inicios del XIX. Un mito que hunde sus raíces en la novedad como valor principal de esta época. Lo bueno y lo nuevo. Lo viejo sobra, está de más, no tiene atractivo, ni interés. La moda joven de los grandes almacenes domina el consumo y sus hábitos. Detrás queda la realidad. ¿Qué lugar tiene en nuestra sociedad la vejez y la enfermedad? ¿Existe algo más evidente en la vida que su evolución, deterioro y muerte? Buñuel repetía en más de una ocasión que pensar en la muerte le ayudaba a vivir.

Belleza, juventud, cuerpos espléndidos, éxito fácil, lujo, ostentación, superficialidad, son acordes que componen la partitura de la canción que se lleva. El entramado de la moda, publicidad, diseño, son el rostro bonito del primer poder, lo económico y financiero. Como afirma I. Ramonet, el segundo poder, el mediático, se sirve de estas estrategias para que nos quedemos pregnados en su tela de araña. Las grandes portadas, los programas estrella de radio y TV, las revistas de mayor tirada, venden porque ellos, los famosos, están ahí. Este aluvión de ingredientes, manejado por la batuta financiera tiene un preciado eslabón con el ciudadano, el consumo. El consumo como ideología. Estamos ante otro de los ingredientes que alimenta los media, un metavalor que está en y detrás de ese rostro o pose. Es el valor final que justifica todo lo anterior. ¿Quién no mantiene en su retina la escena de “familia feliz” que nos ofrecen con insistencia los medios desde la publicidad? Una larguísima galería de anuncios nos muestran el momento de la compra. Los rostros que integran la caterva familiar rebosan de alegría cuando la madre, el padre y sus retoños pasean alrededor de los grandes escaparates una aburrida tarde de sábado. El día de Reyes, de la Madre, del Padre o de los

17 V. Alconchel. Ídem. *Las aulas ante la publicidad*.

Enamorados rubrican desde los grandes despachos de la multinacionales este rito. Esta sociedad de la opulencia y la abundancia ha ido diseñando con mucho cuidado una serie de modelos imprescindibles para sobrevivir. Destaquemos el individualismo. El objeto depredador de los medios tiene dosis individual.. El búscate la vida y cada uno a su problema, son dos frases muy populares que reflejan con bastante fidelidad lo que ocurre. Dos gritos de guerra que continuamente nos envía la sociedad de consumo. La llamada cultura del "clonex" así lo requiere. Usar y tirar. Con el ánimo de ofrecer un recurso para el análisis y comentario de los distintos estereotipos facilitamos la siguiente ficha¹⁷

Ficha de observación y análisis

- Selecciona dos o tres estereotipos, los más frecuentes o los que más te sorprenden.
- Érase una vez...
- Argumento. LOS QUÉS.
- Describe los hechos principales. Qué ocurre.
- Describe los personajes
 - a. Características externas (*edad, altura, ojos, rostro, piel, cómo viste, anda, se sienta, mira, peinado que lleva, maquillaje, objetos que utiliza, ambientes en los que se mueve*).
 - b. Características internas (*deseos que expresa o sugiere, cómo reacciona, está preocupado, obsesionado, qué le atrae, qué le impacienta o violenta, está motivado por..., cede cuando..., se enfada al..., se aburre cuando..., pasa normalmente al..., se aburre cuando..., pasa normalmente al..., es delicado o tosco, inteligente, simpático, desagradable, ...*).
 - c. Función social (*como se relaciona en su trabajo, con quién está más a gusto y a quién rechaza, que representa, que función tiene, en la casa que actividades realiza [descansa, friega, escribe, compra, cocina], cómo es su relación con los compañeros, ...*).
- La expresión. LOS CÓMOS.
- El narrador es externo o interno. Por qué.
 - En relación a lo anterior, dónde se coloca la cámara frecuentemente. Por qué. Qué efecto produce en el modo de contar la historia y en la manera de representar los personajes.
- ¿Cómo se selecciona el encuadre?. ¿ Son planos largos, medios o cortos?, ¿Cambia la percepción de la historia y el cómo vemos nosotros los personajes si se utiliza un plano u otro?
- ¿Cambia la percepción de la historia y el cómo vemos nosotros los personajes si se utiliza un plano u otro?

- ¿Estas escenas, estos personajes, ...representan algo (orden, ley trabajo, seguridad, estatus o prestigio, peligro, tolerancia, competencia, libertad, dependencia...)?
- Algo más que ojear portadas.
- Qué te sugiere, te sorprende, te extraña o te deja indiferente.
- El qué y a quién se presenta. Describe y enumera.
- Cómo aparecen (aplica los rasgos internos, externos y sociales del apartado anterior)
- Qué recursos expresivos se utilizan.
- Colores, luces y sombras, composición.
- Cuál es el fondo, cuál es la figura. Por qué. Existe relación entre ambos.
- ¿Qué representa la escena y sus personajes? Aplica lo anterior.
- Analiza el texto. Qué dice, qué sugiere, ... Relación texto e imagen. El texto aclara y dirige la atención y el sentido de la imagen, lo refuerza, lo contradice.

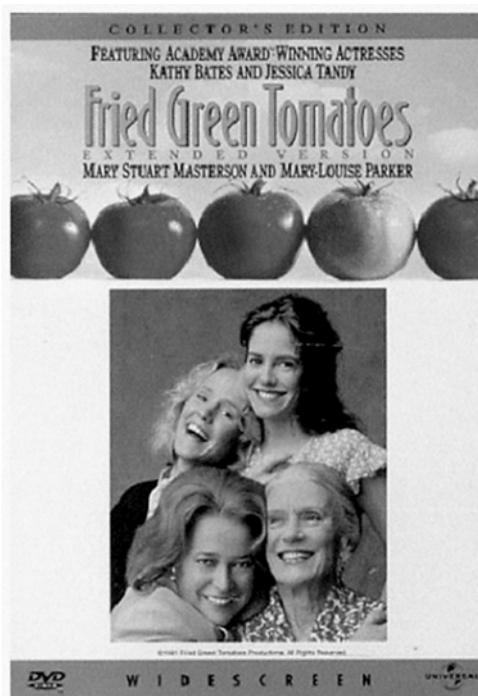
Ficha de contrastación

- Te resultan familiares estas escenas presentadas. Describe alguna situación de tu entorno que tenga parecidos con ellas. Indica sus diferencias.
- Son reales estas representaciones o falsas. Representan lo que ocurre o lo distorsionan.
- Quién crees que se beneficia de estas situaciones o personajes estereotipados. Por qué.
- Tú tienes algo que ver con ellos. Te afectan, convencen, sorprenden o disgustan. Selecciona alguna de estas expresiones e indica por qué completando los interrogantes.
 - Es una pasada, me parece fatal...
 - No lo he visto en mi vida...
 - A veces me pasa. Sí, también lo pienso y lo hago.
 - Depende de cómo me coja...

Otras miradas alternativas

“Debes elegir una o dos de las actividades. Las que elijas estarán estrechamente relacionadas con todo el proceso anterior”

- Cambia el desenlace de la serie o el final del anuncio. ¿Se mantiene el estereotipo o ha desaparecido? ¿Por qué? ¿Ha cambiado también la trama principal?
- Como ya has señalado los estereotipos, elige uno de ellos, del anuncio o serie que te parezca más sugerente. Elimina el estereotipo conservando todo lo demás. ¿De qué modo afecta esto al relato y a su significado?
- Suprime el sonido. Coloca tú el texto y la música de manera que manteniendo los personajes cambie el sentido de la historia.
- Invierte el narrador, de modo que cambies el punto de vista de quien nos cuenta la historia.
- El protagonista debe ser un moro o un gitano, o alguien con exceso de feo y de apariencia desagradable, o un pordiosero que huele mal, o un pequeño pecoso y tartamudo, ...¿De qué modo ha cambiado el sentido y significado de la historia?
- Construye un argumento, serie o anuncio ecológico o solidario, o que exprese respeto o tolerancia, o que valore el esfuerzo y la voluntad, o que prevenga la violencia y los malos tratos.
- Cambia el fondo y su contexto, transformando el mensaje.
- Cambia las “figuras”; invierte el estereotipo: de guapo y apuesto a feo y trapero, de rubia y despampanante a morena y normal, de valiente y fuerte a cobarde y débil, ...
- Elimina el texto y construye otro que rompa el estereotipo y su mensaje.



6.1. Tomates verdes fritos

A. Datos de la película.

- Ficha técnica

Título original: Fried Green Tomatoes, (USA 1991).

Dirección: Jon Avnet.

Productor: Jon Avnet y Jordan Kemer

Guión: Fanny Flagg y Jon Avnet, según la novela de Fanny Flagg.

Fotografía: Geoffrey Simpson, en color De Luxe.

Diseño de producción: Barbara Ling.

Música: Thomas Newman

Montaje: Debra Neil

Duración: 130 minutos.

Intérpretes: Kathy Bates (Evelyn Couch), Jessica Tandy (Ninny Threadgoode), Mary Stuart Masterson (Idgie Threadgoode), Mary Louise Parker (Ruth), Nick Searcy (Frank Gailard Sartain (De), Stan Shaw (George), Cicely Tyson (Sipsey), Gary Basarba (Grady), Tim Scott (Smokey).

- El argumento

Evelyn es un ama de casa de clase media que tiene varios conflictos. Su edad (ya entrada en la menopausia), su bulimia, su vida monótona y su marido. Un hombre obsesionado por los programas deportivos de televisión y la comida. En una visita al asilo conoce a Ninny, una encantadora anciana que le irá relatando en sucesivas visitas la historia de Idgie y Ruth, dos mujeres de una zona rural del sur de Alabama, que unen sus destinos en una amistad trufada de compañerismo, solidaridad y coraje. Abrirán un café después de que Idgie ayude a Ruth a desprenderse de su marido que la maltrataba. Evelyn encuentra en esta historia el empuje suficiente para cambiar su vida.

Tomates verdes fritos nos parece una película digna de encontrarse en todas y cada una de las videotecas de un centro educativo. Es una entrañable historia dentro de otra historia. El arte de la narración cobra en este film doble importancia. Los tiempos que se superponen a lo largo del metraje ayudan al espectador a todo tipo de simulaciones y analogías. El cine como espejo y metáfora de un trayecto vuelve a materializarse. La puesta en escena es justa y precisa, impecable en su facturación técnica. Hace lo que tiene que hacer, no estorba a la historia. Ambienta, estimula y presenta a los personajes y sus relaciones que se entrecruzan en un aparente laberinto que conforme avanza sugiere nuevas salidas, prometedores finales. Una serie de simbolismos, muy cinematográficos, (el tren presente y ausente en sus silbidos, las hojas secas, el viento, la vieja casona, el río...) impregnan el relato de nostalgia y trascendencia. El encuentro de Evelyn con la anciana es definitivo para su vida. La historia que Ninny cuenta es la historia que puede escribir cada uno de sus espectadores porque todos tenemos conflictos.

Tomates verdes fritos se sitúa de lleno en el marco de los objetivos que cubre el eje transversal de educación para la salud. Así destacamos los siguientes:

- Inculcar al alumnado el deseo de estar sano, para que se traduzca posteriormente en conductas dirigidas a modificar hábitos y comportamientos poco saludables.
- Reforzar la autonomía y la autoestima como actitudes personales básicas para construir un proyecto de vida saludable.
- Apreciar el propio cuerpo, utilizando el conocimiento sobre su funcionamiento y sobre sus posibilidades y limitaciones para desarrollar y afianzar hábitos autónomos de cuidado y de salud.
- Reconocer críticamente situaciones y conductas que puedan implicar peligros o riesgos para la salud y ser capaces de enfrentarse a ellas y evitarlas con responsabilidad y con criterios propios.
- Desarrollar la sensibilidad ante aquellas personas que padecen cualquier tipo de enfermedad o minusvalía física o psíquica.

B. Centros de interés.

- Identifica y señala los distintos conflictos que aparecen en estas escenas.

1ª escena: Evelyn prepara la cena para su marido y éste le arrebató el plato de las manos y se hunde en el sofá para ver la televisión.

Cuestiones:

¿Qué intenciones tiene Evelyn? ¿Con qué expectativas prepara la cena y vuelta a casa de su marido? ¿Cuál es la respuesta de su marido? ¿Afectan estas actitudes a la relación de pareja?

2ª escena: Evelyn en la clase de sexualidad.

Cuestiones:

¿Por qué acude Evelyn a las clases de sexualidad? ¿Cómo reacciona ante la actividad que les proponen? ¿Por qué rechaza esta actividad? ¿Cómo reacciona su amiga? ¿Cuál es la reacción del resto de las mujeres que asisten a las clases?

3ª escena: Evelyn visita a Ninny por primera vez en el asilo.

Cuestiones: ¿Cómo se produce el encuentro entre las dos? ¿Cómo es la comunicación entre ambas? ¿Qué se dicen, cómo se miran, que significado tienen los silencios? ¿Cómo es Evelyn y cómo es Ninny?

4ª escena: Evelyn prepara con detalle y mimo la cena para su marido y para ella.

Cuestiones: ¿Por qué se repite esta escena que es muy parecida a otra anterior? ¿Qué intenta sugerir la historia? ¿Qué necesita Evelyn? ¿Qué necesita su marido? ¿Por qué lucha Evelyn? ¿Es consciente su marido de la situación?

5ª escena. Evelyn visita a Ninny sin su marido.

Cuestiones: ¿Por qué lo hace? ¿Qué encuentra la protagonista en Ninny para ir a visitarla y sentirse fascinada por ella? ¿Tiene algo que ver la historia que le cuenta sobre Idgit y Ruth? ¿En qué sentido?

6ª escena: Evelyn choca con un joven en el supermercado. O Evelyn tienen el encontronazo con las dos jóvenes en el aparcamiento.

Cuestiones: ¿Cuál es la primera reacción de Evelyn? ¿Cómo reacciona el joven? ¿Cómo se queda Evelyn cuando se va el joven? ¿Este incidente va a influir en el futuro de Evelyn? ¿Qué actitud toman las dos jóvenes con Evelyn en el aparcamiento? ¿Por qué lo hacen? ¿Cómo responde Evelyn? ¿Es razonable su reacción, a qué se debe?

7ªescena: Evelyn desconsolada acude al encuentro de Ninny.

Cuestiones: ¿Cómo le manifiesta su estado de ánimo a Ninny? ¿Cuáles son los problemas que le confiesa? ¿Cómo reacciona Ninny? ¿Qué le sugiere Ninny? ¿Qué le cuenta Ninny a Evelyn?

Estas escenas que hemos destacado tiene muchas acepciones en películas ya comentadas en el apartado anterior o en otras como La gran comilona, El festín de Babette, Café Bagdad o Comer, beber y amar. El objetivo de estas páginas no es ser exhaustivos en datos, ni acumular citas y secuencias fílmicas, sino utilizar el cine como potencial expresivo que ilustra, sugiere y motiva

C. El conflicto

- Algunas precisiones

El conflicto no tiene buena prensa. Se asocia a lo negativo, al problema, tiene connotaciones violentas, agresivas y peligrosas. Dichos populares como “no te busques líos deja todo como está” ó “más vale malo conocido que bueno por conocer”; expresan una opinión bastante generalizada. Los cambios nos dan miedo. Todo aquello que altera lo cotidiano y familiar, se convierte en desconocido, en conflicto. Sin embargo, el conflicto es inherente a la naturaleza humana, esencialmente contradictoria. La ausencia de conflicto indica estancamiento o regresión. No tiene un carácter dramático sino de aviso. Es una señal de que algo no va bien o que podría mejorarse. Con frecuencia es una oportunidad de crecimiento personal, de mejora de la convivencia. Un conflicto tiene causas, desarrollo, consecuencias. Detrás y delante hay un proceso. No es un hecho aislado, está relacionado con muchos y variados factores que funcionan con la estructura de rizoma, sus múltiples y finas raíces se entrecruzan y confunden.

El problema no es la presencia de conflictos, sino lo que hacemos cuando aparecen. La respuesta que damos. ¿Qué percibimos y cómo nos sentimos ¿Qué pensamos y cómo nos relacionamos? Como veremos enseguida, dos elementos ayudan en la valoración positiva del conflicto: la negociación y la cooperación. En *Tomates verdes fritos* aparecen algunos momentos muy significativos para observar algunas “señales” que indican que algo va mal. Aunque la película se desdobra en dos historias, nos centraremos más en el relato lineal, el que sigue el curso cronológico de los acontecimientos, porque facilita el objetivo de nuestro análisis y sus propuestas de intervención. Aunque es evidente que las dos tramas son paralelas y se complementan.

- Estructura y dinámica del conflicto.¹⁸ Un viaje en coche.

Dicen que somos en gran medida lo que vemos. Pensamos y nos expresamos con imágenes. Emplearemos el lenguaje de las metáforas para desarrollar este apartado.

1. Freno y paro: Me pregunto si ocurre algo. Si tengo algún problema. Si quiero solucionarlo.

2. Echo las luces: Procuero identificar el problema, analizo las personas y factores que intervienen. Defino quiénes son.

- ¿Quiénes están involucradas, de modo directo o indirecto? ¿Qué relación existe entre ellas? ¿Hay otras personas, grupos o medios no visibles pero que tienen una influencia? (pueden ser instituciones, medios de comunicación, publicidad, colectivos implicados aunque ausentes).

- ¿A qué intenciones, necesidades o intereses responden?

- ¿Cuáles son sus sentimientos respecto al conflicto?, ¿Cómo los expresan? ¿Por qué actúan así? ¿Qué haría yo en su lugar?

¹⁸ Adaptación del trabajo del colectivo AMANI: “Educación Intercultural”1994 Madrid. Editorial Popular. Inspirado en las investigaciones de J.P. LEDERACH: Regulación de conflictos. Un enfoque práctico.

• ¿Existe alguna posibilidad de que pueda acceder a otra fuente de información? ¿Hay alguien que pueda ayudarme a conocer datos, aspectos o detalles del conflicto?

3. Arranco y carretera: el viaje. Después de habernos concedido todo el tiempo necesario para responder a estas y otras cuestiones similares, empiezo el viaje interior, con espíritu de aventura. Inmediatamente se activan los siguientes mecanismos.

- **Comunicación.** Como sabemos, la comunicación se empeora conforme se intensifica o enquistas el problema. Las propias limitaciones personales, los complejos, las acusaciones y generalizaciones se empiezan a mezclar y todo se distorsiona. Puede ocurrir que el proceso empiece a ser más problemático que el propio conflicto. Es el momento de hacerse muchas preguntas, unos y otros. ¿Cómo lo ves tú? ¿Cómo podemos empezar?, ¿Quién nos puede ayudar? (A veces es necesaria la presencia de un mediador-a que entre en el problema, que concilie posiciones y puntos de vista, que presente posibles vías de solución, que oriente o explique ponderando aspectos y matices, o que promueva posibles acuerdos). En esta fase de comunicación el lenguaje es integral: gestos, miradas, silencios, suspiros, movimientos, sonrisas... Los distintos "sentires", emociones, sentimientos, sensaciones, estados de ánimo afloran y describen a las personas en su situación.

- **Toma de decisiones.** Es el momento de valorar las múltiples respuestas y posiciones. Las propuestas personales y las de los demás. La planificación de las acciones a tomar para solucionar el conflicto. El consenso, la negociación, y según la naturaleza del conflicto, las alianzas pueden facilitar la resolución. Interesa recapacitar sobre las consecuencias que tengan las decisiones tomadas. Que nadie salga perjudicado, que todas las personas que intervinieron se beneficien. Que no suponga ningún deterioro del entorno, ni del medio ambiente. En definitiva, que la toma de decisiones deje todo mejor de lo que estaba.

D. Sentir, pensar y actuar. Estrategias de intervención.

Brech apostaba porque el espectáculo fuera un momento de reflexión crítica. Freire no se conforma con que pensemos y estemos concienciados. Nos invita a entrar en la acción teatral, que seamos protagonistas de nuestra historia. La vida no es un anuncio publicitario, tiene conflictos que no sólo requieren nuestra atención, también nos reclaman una actitud y una capacidad de cambio. Proponemos seguir con la siguiente dinámica:

- Realiza un listado de las distintas situaciones conflictivas que han surgido desde el análisis de las secuencias y el cuestionario ofrecido.
- Cada una de las situaciones implica a varias personas con sus distintas percepciones del asunto.

Estas percepciones conviene describirlas, utilizando el lenguaje de los sentimientos¹⁹. Para ello tenemos que describir las emociones, que son lo que sentimos en un momento determinado ante una persona o circunstancia. Por ejemplo, una intempestiva llamada por teléfono para comunicarnos algo, nos puede generar una "alegría" un

¹⁹TURRION L. Dossier entregado en el curso sobre Emociones, cine y virtualidad. Celebrado en el CEPR 1 de Zaragoza en noviembre de 2000.

“susto”: Se produce de forma rápida e instantánea. Hablaremos de sentimientos, cuando lo que sentimos hacia las personas se produce y desarrolla de una manera más o menos permanente. Es un sentir que no ocurre de repente, sino con el paso del tiempo. Ilustra este concepto lo que sentimos como padres respecto a nuestros hijos. También podemos encontrarnos con los estados de ánimo. Como algo que sentimos, también de forma más o menos habitual, ante una situación o circunstancia, con una cierta duración. Por ejemplo, la tensión que podemos tener todos los lunes en la primeras horas de trabajo. Y por último, hablamos de las sensaciones, que se refieren a sentires de tipo corporal físico, como el calor, el frío, el hambre, un cosquilleo... Aprender a identificar con precisión lo que estamos sintiendo facilita asumir nuestra propia situación. Conocer lo que los demás sienten favorece la empatía, el consenso y la colaboración.

En el movedido y delicado campo de los “sentires” es positivo entender que todos los sentimientos, emociones, estados de ánimo y sensaciones son naturales. Ni buenos, ni malos. Los experimentamos y vivenciamos. En las relaciones interpersonales tener los ojos bien abiertos para descubrir los sentires de los demás y expresarnos con ellos ayuda enormemente a comprender y valorar nuestra propia imagen y el concepto de nosotros mismos.

Ya hemos visto como el cine ejerce de escaparate de modelos para con los adolescentes. Imitan las formas y maneras de sus protagonistas, siempre ha ocurrido (recordemos la forma de fumar o peinarse o conducir, que el cine impuso con sus películas más taquilleras) y hoy no es diferente. No obstante, lo que cada uno siente no se puede expresar con gestos y palabras de otros. Como educadores, nuestra función de mediadores puede ser ayudarles a identificar lo que están sintiendo.

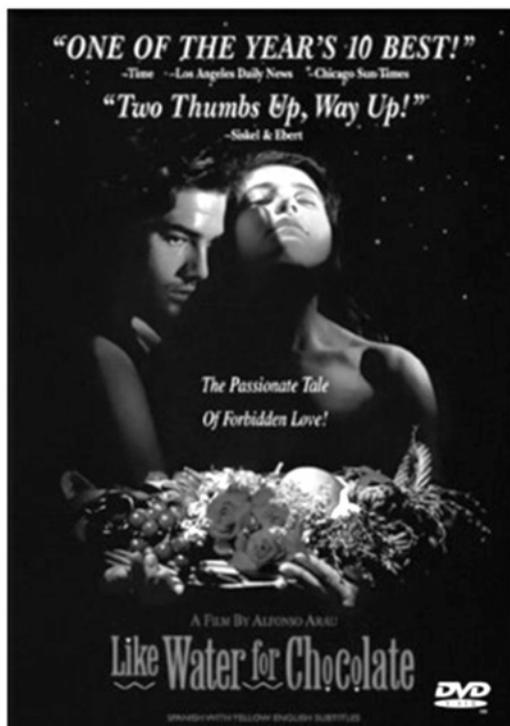
Cuando estamos en el universo de la pantallas, la imagen es la reina. Impone un impacto que afecta y reclama la atención. Atrapa la emoción y anestesia la razón. Los personajes de las historias fílmicas mueven y conmueven al espectador, más todavía a los niños y jóvenes, por este motivo recalamos como primer paso de nuestra estrategia el análisis. La razón interviene para evitar que quedemos seducidos en el relato audiovisual, sin juicio, ni distancia. Con la luz se perciben las texturas y los distintos grises de las cosas. Por eso hablamos de sentir, pensar y actuar. De viaje y trayecto.

Una idea muy extendida- lo hemos visto en la secuencia seis- sostiene que en la sociedad actual, estar delgado, no sólo está de moda, también es sinónimo de elegancia, prestancia, belleza y éxito. La publicidad, el mundo de la moda y el diseño, nos impone chicas y chicos con cuerpos diez. Los medios de comunicación de masas difunden, implícita y explícitamente, el mensaje de que quien no tiene una buena silueta es porque no quiere. Las aguas milagrosas, los yogures y cereales, entre otros productos, nos ayudan a mantener la forma. El psiquiatra Vicente Turón, responsable de la Unidad de Trastornos Alimentarios de Bellvitge, se lamenta de que en los anuncios “se diga que cualquiera puede tener el cuerpo que quiera. Esto es lo que se enseña a la gente joven y ellos hacen caso”.

Esta dictadura de la talla impuesta por los medios de comunicación de masas nos provocan algunas reflexiones. ¿Se dan cuenta las familias de que la mayoría de las revistas, publicaciones que todas las semanas ojean sus hijas presentan los mismos modelos de belleza? ¿Aceptan las familias que hayan delegado la educación en la llamada “escuela paralela”(los medios de comunicación de masas), que modela y conforma los gustos e ideales de sus hijos? El consumo de estos soportes mediáticos, con los contenidos expuestos, implica una doble tarea desde la familia. Conocer lo que ven,

escuchan, leen y perciben sus hijos y aprovechar cualquier situación para comentar con ellos sus percepciones y las suyas propias, como adultos, padres y madres. Sin embargo, en demasiadas ocasiones los padres, adultos y educadores satanizamos todos estos mensajes mediáticos. De esta manera cerramos la puerta al diálogo, cortamos la “onda” con los jóvenes, puesto que desde el desprecio y la asintonía no puede haber comunicación, y menos consenso y negociación.

En Tomates verdes fritos también hemos presenciado un viaje. Con un paisaje poblado de sentimientos, emociones y estados de ánimo. La aventura interior que vive Evelyn, nuestra protagonista, es la historia de un ciclo. Comienza delante de esa casa abandonada, con la caída de las hojas otoñales, metáfora de su propia existencia. Continúa con los sucesivos encuentros que tiene con Ninny, la anciana del asilo, entrañable y acogedora. Empieza a surgir una amistad entre ellas y a través de sus historias. Evelyn echa las luces, analiza sus problemas. Consigo misma, con su marido, con su pasado, con los demás. Ninny la estimula y motiva. La comunicación produce sus frutos. Algo empieza a cambiar dentro de Evelyn. Ya se ha puesto en marcha. Su interior se reconstruye y comienzan los arreglos. La Evelyn que vuelve con el coche al mismo lugar en el que empieza la película no es la misma. ¿Por qué? Un proceso, con una serie de elementos, hasta ahora descritos, han posibilitado el cambio.



6.2. Como agua para chocolate

A. Datos de la película

- Ficha técnica

Título original: Como agua para chocolate. Mexican Film Institute. 1992.

Dirección: Alfonso Arau

Guión: Laura Esquivel basado en su novela.

Actores: Marco Leonardi (Pedro), Lumi Cavazos (Tita), Regina Tomé (Mamá Elena), Yareli Arizmendi (Rosaura).

Fotografía: Enmanuel Lubezki, Steve Bernstein.

Música original: Leo Brower

Producida: Alfonso Arau

Montaje: Carlos Bolado

Duración: 144 minutos.

Festival de Tokio: mejor actriz, mejor película.

Festival de Chicago: mejor guión, premio del público.

Festival de Cine Iberoamericano de Huelva: Galardón de la Asociación de Escritores de Andalucía, premio del público.

Festival de Amiens: Gran premio Unicornio de Oro.

Festival San Juan de Puerto Rico: premio de público.

Finalista: nominaciones Oscar de Hollywood y Goya (Academia española).

Argumento

1910. Época de la Revolución. En una pequeña aldea de Piedras Negras en México, Pedro Muzquiz y su padre visitan a Mamá Elena en su rancho para pedirle la mano de su hija menor, Tita. Una mujer carismática y fogosa que nació sobre la mesa de la cocina, adaptó sus costumbres, hábitos y creencias en torno a la gastronomía, y a los quince años une indisolublemente su amor prohibido a la propia pitanza. Las tradiciones de la familia impiden el enlace de la hija más pequeña pues ésta ha de quedarse soltera para cuidar de su mamá. Al acudir Pedro a pedirla en matrimonio, la negativa de Mamá Elena es contundente. A cambio le cede a Rosaura, otra de sus hijas. El muchacho la acepta como sacrificio para estar cerca de su amada. Tita, como encargada de la cocina de la hacienda descubre que con sus dotes culinarias puede conseguir el amor de Pedro y cambiar el destino de su familia.

Como agua para chocolate es el título de la película que se interpreta como “a punto de ebullición”, “a punto de explotar”, haciendo referencia al minuto en el cual el agua para el chocolate se pasa en su punto de hervor. Estamos ante otra magnífica metáfora. La cabeza y el corazón de Tita también estaban a punto de estallar. La obra se nutre de la novela nostálgica y dulzona de Laura Esquivel, que recrea una atmósfera pesada y quejumbrosa, traducida el francés, inglés, alemán, chino y otras siete lenguas. Responde a la estructura del melodrama, dividida en doce capítulos, cada uno de ellos se construye alrededor de una receta de cocina –tortas de Navidad, pastel de Chavela, chorizo norteño, o el sabroso chapandongo- y un mes del año. De nuevo y como ocurría con Tomates verdes fritos, se trata de una obra esencialmente femenina. Es la mujer la que asume la tarea humilde y pesada de sostener y nutrir cada día a la familia.

Obra estrechamente vinculada a la narrativa, lo que sugiere una batería de actividades y desarrollos didácticos desde el área de lengua y literatura. La novela tenemos que ubicarla en el marco literario del “realismo mágico”, que a todos nos recuerda la obra de García Márquez y otros escritores hispanoamericanos, que bien se pueden consultar y trabajar sobre ellos. La historia nos invita a asomarnos a la doble dimensión que conforma una existencia, y que en la adolescencia, si cabe, cobra un mayor protagonismo. Podemos soñar y al mismo tiempo vivir en la realidad. Realidad y ficción, concreción y fantasía nos abren a un universo que en su lejanía nos acerca a nuestros más íntimos e inenarrables deseos.

Como agua para chocolate invita y propone diferentes líneas de trabajo, que en algunos casos se pueden concretar en el marco de los llamados ejes transversales, y en otros propone su integración en Lengua y Literatura, que ya hemos apuntado, Ciencias Sociales, Imagen y Expresión, Comunicación Audiovisual o Procesos de Comunicación, Tutorías, Ética o todos aquellos ámbitos de la Educación para la Salud. Sin ánimo de ser exhaustivos, sugerimos los siguientes objetivos:

- Reflexionar sobre la mesa y sus ritos como centro de relación, afecto y encuentro.
- Analizar las relaciones entre alimentación y vida sana
- Facilitar recursos de expresión y comunicación en torno a la gastronomía y su arte.
- Incorporar la pedagogía de la resolución de conflictos
- Valorar en nuestras relaciones el lenguaje de los sentimientos
- Analizar críticamente la importancia de las tradiciones en nuestra cultura

B. Centros de interés.²⁰

Identifica y señala los conflictos que aparecen en las siguientes escenas:

1. Escena: Nacimiento de Tita.

Cuestiones. Tita nace en un brusco y espontáneo parto encima de la mesa de la cocina. ¿Cuál es el motivo? ¿Por qué esa cantidad de sal que se derrama copiosamente?

2. Escena: Tita de joven siempre en la cocina.

Cuestiones. ¿Qué representa la cocina y su entorno para Tita? ¿Y para el resto de la familia, su madres y hermanas? ¿Y para Nacha? ¿Cuáles son los lugares en los que hoy recibimos la tradición, y las costumbres? ¿Es necesaria la tradición? ¿Cuáles son los lugares en los que hoy nos encontramos la familia, dialogamos, convivimos...?

3. Escena: La madre se niega categóricamente al matrimonio de Tita.

Cuestiones: ¿Por qué se niega la madre a esta boda? ¿Por qué acepta Tita la voluntad de su madre? ¿Existen hoy otros tipos de tradiciones en nuestro entorno? ¿Qué valoración hacemos de las mismas?

4. Escena: Rosaura cocina.

Cuestiones: ¿Se observan diferencias entre sus "maneras" de cocinar y las de Tita? ¿Cómo reacciona cada comensal a la comida de Rosaura? ¿Cuál es el secreto para que el plato salga bien? ¿Crees que las cosas que se hacen con amor "saben" más y mejor? ¿Podríamos encontrar ejemplos de esto en nuestra vida cotidiana?

5. Escena: Las codornices en pétalos de rosa.

Cuestiones: Este receta extraída íntegramente de la novela de Laura Esquivel²¹ sigue los consejos monacales "en la cocina hay que ser atrevidos y obrar con imaginación. Todos podemos ser inventores. La mayor parte de las recetas proceden de cocineros no profesionales con espíritu de innovación". Es muy sugerente cómo en esta escena se presentan los roles masculinos y femeninos. Una metáfora de fondo, honda y seductora invierte estereotipos. ¿Cómo se describiría esta analogía? ¿Se siguen encontrando hoy estereotipos que presentan y refuerzan determinados atributos del hombre y de la mujer? ¿El simbolismo de esta escena entre el placer de la comida y el de la sensualidad que nos sugiere? ¿Quién lleva la iniciativa, quién complace a quién?

6. Escena: La noche de verano.

Cuestiones: La película es una fiesta para los sentidos. ¿Cómo se transmite en esta escena la sensación de calor? ¿Podríamos enumerar una serie de elementos táctiles que ambientan y recrean el encuentro? ¿Es la cocina y el comer en compañía un conjunto de texturas, matices, olores, sabores y miradas? ¿Estos detalles y aspectos aportan algo al encuentro y la comunicación?

7. Escena. Tita baña a su madre.

Cuestiones: ¿Cómo es la relación entre madre e hija? ¿Qué le ocurre a la madre?

²⁰ Adaptación de Cine y transversales en P y M. LXXXV

²¹ Idem Comida y cocina: placeres unidos.

¿Expresa sus sentimientos y emociones? ¿Expresa sus ideas? ¿Por qué actúa la madre de esta manera? ¿Se le podría justificar en su intención de proteger a las hijas de malas experiencias?

8. Escena. Casa de Eagle Pass. Historia de las cerillas de la abuela del Dr.

Cuestiones: La historia empieza: "el oxígeno deber ser el aliento de la persona que se ama..." ¿Qué sugiere esta historia? ¿Cómo valoras el amor romántico? ¿Qué ocurre cuando se humedecen los fósforos?

9. Escena. Torrijas de nata. Gertrudis vuelve. Tita se libera del fantasma de su madre.

Cuestiones: ¿Qué te parece cuando Tita dice: "Soy una persona que tiene todo el derecho a vivir como le place? ¿Qué ha tenido que hacer Tita para poder expresar esto? ¿Qué tendrá que superar para conseguir su objetivo? ¿Podemos hacer sin más lo que nos place? ¿Dónde empieza y acaba nuestra libertad?

10. Escena. Sobrina nieta de Tita.

Escena: ¿Cómo se interpreta este final? ¿Te parece adecuado al planteamiento y tono del relato? ¿Te parece adecuado para un amor romántico?, ¿La historia de Romeo y Julieta sería igual si los protagonistas se casaran al final y vivieran felices? ¿Por qué? ¿Qué aportaciones hace la cocina de su tía al sentido de la historia ?

C. El conflicto como trama narrativa y vital

El film destila comida en primeros planos, sin límite.. La energía sexual, el cariño, la ternura encuentra su sitio en el plato. El director, seducido por el mundo de los sueños, utiliza los distintos y variadísimos ingredientes culinarios, destacando las especias, para construir una historia entre el sueño y la realidad; lo cotidiano y la magia. Un entorno fantasmagórico ahuyenta hasta la propia revolución, que es el contexto histórico en el que se nos narran los hechos. El amor prohibido entre Pedro y Tita, la frustración de Rosaura, el rapto-liberación de Gertrudis, el peso de la tradición... son algunos conflictos que empiezan y acaban alrededor de la mesa: punto de encuentro.

La estructura cíclica del relato que se nos cuenta invita a reflexionar sobre el lugar y espacio que hoy concedemos a la mesa y sus ritos. La tradición nos indicaba que el comedor tenía un centro indiscutible, alrededor del cual se comía, conversaba y convivía. El ritmo de vida que se lleva, las exportaciones anglosajones que mediante sus series y películas ignoran la mesa como espacio común, la omnipresencia de la televisión y otras pantallas en el murmullo doméstico y otros motivos, desplaza a la mesa como centro de la casa. Este hecho nos invita a otra reflexión ¿Ha sido sustituida la mesa y sus entornos comunicativos en familia, en pareja y en grupo, por otros espacios-lugares de encuentro y comunicación?

D. Sentir, pensar, actuar.

Tita es una persona que se integra perfectamente en la atmósfera tenue y nostálgica que crea Alfonso Arau, en su adaptación literaria de Laura Esquivel. Es un personaje entrañable que se filtra entre las cortinas del pasado buscando ese oxígeno que ento-

ne su vida, tal y como expone la historia de las cerillas en la escena de la casa de Eagle Pass. Tita siente y expresa todo su dolor y rabia contenida cuando afirma: “Es como un hoyo negro en medio del pecho por donde se cuele un frío infinito” Este sentimiento lo expresa cuando su Mamá Elena le contesta que ella no tiene derecho a opinar. Así seguirá a lo largo de nuestra historia nuestro personaje principal, espejo de identificaciones y proyecciones, siempre rodeado de pucheros y fogones. Nada, sin embargo, apunta que permanezca impasible, indiferente o vencida. El poder de la gastronomía, que desde antaño ronronea el romanticismo con sus mitos y leyendas, alude a las fuerzas de las especias, que en muchas ceremonias adquieren el carácter casi místico y afrodisíaco en algunas ceremonias, así como en repetidas secuencias de *Cómo agua para chocolate*. La gastronomía mexicana, encarnada en Tita, será la vía para llegar a cambiar su destino. En cada comida, cada banquete, cada plato, con una cámara que se recrea primeros planos y contraplanos de los comensales, observamos como Tita hace su camino hacia la liberación. La receta ya la conocemos. “El secreto está en que cuando lo cocines lo hagas con mucho amor”, le dirá Tita a su hermana Rosaura, que la única vez que cocine lo hará sin vida, sin energía.

Los sentimientos no se quedan en los rincones de la intimidad, salen, se expresan, se materializan en gestos, miradas, silencios. Es elocuente el film en la abundancia de estos recursos expresivos que dicen mucho más que un diálogo o imágenes efectistas. Y esta expresión, que también es comunicación (lo hace con Nacha, con la otra sirvienta, con su hermana, con Pedro) se convierte en acción y cambio. El poder de la gastronomía será su medio para vencer todos esos miedos y fantasmas, para ganar su autonomía y construirse su propio futuro, que empieza a ser presente.

“Tita arribó al mundo prematuramente, sobre la mesa de la cocina, entre olores de una sopa de fideos, de tomillo, el laurel y el cilantro... Fue literalmente empujada por un torrente de lágrimas”, así es como describe el nacimiento la autora de la novela Laura Esquivel. Combinando el folletín melodramático con el realismo mágico, teje pacientemente pero sin pausa –como la manta de la historia, otra sugerente metáfora– esta historia que devuelve a la mujer su protagonismo en la vida.

Después del visionado podemos realizar un censo de la información más útil sobre relaciones humanas y alimentación. Empleando los grandes enlaces informativos nos preguntamos cuándo, quién, dónde y qué elementos y escenas aparecen donde la cocina/comida condicione las relaciones entre los personajes. Este efecto narrativo supone unos afectos y sentires en Mamá Elena, Pedro, Rosaura, Gertrudis y Tita.

La tradición es un tema importante en *Cómo agua para chocolate*. La tradición no es algo demasiado valorado por los jóvenes, que suelen rebelarse y manifestar, como siempre se ha hecho, actitudes contrarias. Hoy también tenemos tradiciones en la familia, pueblo o país. ¿Podemos vivir sin tradiciones? ¿Qué aportan a la vida personal y colectiva de quienes viven y participan de ellas? ¿Qué problemas e inconvenientes encontramos? ¿Podemos hablar de la comida en familia como otra tradición? ¿Es la comida importante en nuestras vidas? ¿Por qué cualquier celebración o evento importante se realiza en torno a la mesa? Hacia el final del film Gertrudis le dice a Tita: “Las revoluciones no serían tan malas si uno pudiera ir a comer a su casa a diario” ¿Se ha perdido la tradición de la comida familiar?

Dice la receta (Laura Esquivel) de Codornices en pétalo de rosa: “Despluma seis codornices en seco, pues el agua hervida altera el sabor de la carne. Saca las vísceras.

Ata las patas para conservar su graciosa postura. Dora con mantequilla espolvoreando sal y pimienta. Luego deshoja los pétalos y mezcla –Tita lo hace sensualmente- con dos cucharadas de anís y muele todo. Aparte prepara un puré con doce castañas y agrega dos ajos picados y dorados en mantequilla, dos cucharadas de miel, dos cucharadas de maicena, sal a gusto y los pétalos molidos. Pasa la salsa por el fuego hasta espesarla. Por último pasa por el tamiz y rocía con dos gotas de esencia de rosas. Sumerge las codornices durante diez minutos en esta salsa.”Y Tita las pone con especial esmero en cada plato, echa la salsa por encima y la decora con unos pétalos al lado. En fin, después de ver la secuencia de este exquisito guiso sólo nos podemos preguntar ¿Se cocina hoy como antes? ¿Por qué? ¿Qué se ha ganado? ¿Qué se ha perdido?

Tita prepara el magnífico chapandongo. Ese pastelón bien horneado, armado de tortillas rellenas con picadillo de carne y mole, cubierto con queso en lonchas y crema de leche. Ya en la fuente, sólo aceptará guarnición de arroz y frijoles. Alguien dirá “tiene un sabor refinado que ningún temperamento puede ponerse a su altura y alterar su gusto.” También cocinará su hermana Rosaura, pero no será lo mismo. Tita le revelará el secreto cuando le pregunta ¿te parece que es verdad que las cosas que se hacen con amor “saben” mejor? La escena nos recuerda a otra película que recrea la gastronomía y sus afectos. El festín de Babette 1987, de Gabriel Axel. Siguiendo la línea de una narrativa centrada en la figura femenina de Tomates verdes fritos, dirá la voz en off : “prestaba intención a cada convidado, haciéndole sentir único”. Babette con su dinero alimenta el cuerpo y el espíritu, ve la oportunidad de ser “una artista”, para que lo disfruten los demás. De hecho, la película es un ritual para lo importante: el banquete final.

Tomates verdes fritos y *Como agua para chocolate*, son dos historias de mujeres. La psicología femenina aparece como un alud de matices y sugerencias. En las dos cintas se cuestiona una cultura escrita por el hombre. En la escena de las codornices con pétalos de rosas vimos cómo se invierten los papeles. Será Tita quien lleve la iniciativa, quien cocine y decida el cuándo y cómo hay que actuar. Sabemos que desde los tiempos más remotos, en todo el planeta, la mujer es la que asume las tareas domésticas, modestas y pesadas, ni remuneradas, ni reconocidas. Marta Belluscio, en la obra reseñada, compara cómo estas mujeres han ido transmitiendo de generación en generación su sabiduría culinaria. En cambio, en los prestigiosos restaurantes, marcados por las más reconocidas guías gastronómicas, es un hombre, el chef, el responsable de la cocina. Lo que sugiere una clara y extraña discriminación. Extraña, porque la mayoría de los lienzos como *La cocina provenzal*, de Antoine Raspal, testimonian la elaboración culinaria, que tanta reputación han dado a esta zona, por esmeradas cocinearas que empleaban la mayor parte del tiempo en el adobo, el aliño y la molienda. Ellas supieron siempre, ya desde el Neolítico, moler y separar el cereal para el pan, hasta hoy, con Tita, que nos recuerda que la receta se basa en “prepararlo con mucho amor”.

Cuando Tita se sincera con John le dirá que tuvo relaciones con otro hombre, que eso le impide casarse con él. John le contesta que no importa lo que hizo. Que le encantará ser su compañero toda la vida, pero que si no lo acepta será el primero en felicitar a Pedro y exigirle que Tita tenga el lugar que se merece. Es un detalle más de la inversión de roles y estereotipos. Una nueva y sana mirada a las relaciones, en las que no tiene sentido el poder, sino el querer.

E. El viaje y su relato.

Podíamos haber comenzado este capítulo con el diario de un viaje, cualquiera. Recorrer mundo es inquietante y aleccionador. Se aprende, aunque sea incómodo y caro. A pesar de que hoy resulta difícil separarse de la inercia del turista, que hace kilómetros sin experimentar, que recorre países viendo postales. Algo que se aprecia es que el viaje tiene una estructura, con principio y fin, que es narrativo. Como agua para chocolate, al igual que Tomates verdes fritos, y me atrevería a decir que cualquier película que sea narrativa, tiene su estructura, en este caso cíclica.

La misma mesa en la que nace Tita, con la que arranca la película, será la mesa en la que su sobrina nos recuerde a su tía y su cocina. El viaje al exterior, que emprende Tita en la primera secuencia, será la culminación de ese otro viaje el interior que se materializa en la presencia y en las palabras finales. Sin embargo un viaje tiene siempre su relato. Como agua para chocolate es una narración que nos cuenta la realidad desde la ensoñación mágica. Como apunta César Aira²², la realidad de los viajes es la ficción que los cuenta. Que las cosas sucedan “en otro lado” basta para que sean ficción. Pero para hacer posible la ficción, el viaje tuvo que realizarse.

²² *El País* en su suplemento Literatura y Viajes del 21 de Julio de 2001



El festín de Babette, de Gabriel Axel.

VIDEOGRAFÍA

- Tomates verdes fritos*. Jon Aunet. USA 1992.
Como agua para chocolate. Alfonso Arau. México 1992.
American Cuisine. Jean-Yves Pitoun. Francia 1998.
Comer, beber, amar. Ang Lee. Taiwan 1993.
Los amigos de Peter. Kenneth Branagh. Gran Bretaña 1990.
El festín de Babette. Gabriel Axel. Dinamarca 1987.
El Gatopardo. Luchino Visconti. Italia 1963.
La edad de la inocencia. Martin Scorsese. USA 1992.



ALIMENTACIÓN