

Rita Dromundo Amores
Comprender el Cine, desde una Mirada Comunicativa
Revista Xihmai XI (21), 29-44, Enero – junio 2016

Xihmai

Universidad La Salle Pachuca xihmai@lasallep.edu.mx
Teléfono: 01(771) 717 02 13 ext. 1406
Fax: 01(771) 717 03 09
ISSN (versión impresa):1870_6703 México
<https://doi.org/10.37646/xihmai.v11i21.266>

2016

Rita Dromundo Amores

“COMPRENDER EL CINE, DESDE UNA MIRADA COMUNICATIVA”

“UNDERSTAND THE FILM, FROM A COMMUNICATIVE LOOK”

Xihmai, año 2016/vol. XI, número 21
Universidad La Salle Pachuca
pp. 29 - 44

Recibido 26-9-2015 * Aceptado 13-5-2016 *

Xihmai 29



Rita Dromundo Amores
Comprender el Cine, desde una Mirada Comunicativa
Revista Xihmai XI (21), 29-44, Enero – junio 2016

COMPRENDER EL CINE, DESDE UNA MIRADA COMUNICATIVA

UNDERSTAND THE FILM, FROM A COMMUNICATIVE LOOK

Rita Dromundo Amores
Licenciada en Lengua y Literaturas Hispánicas, Maestría en Letras, Doctora
en Literatura. Docente e investigadora Titular en lengua, literatura y
comunicación, en la Universidad Pedagógica Nacional y Profesora de
Asignatura en la UNAM.
ritadrom@gmail.com

El cine es un espejo pintado¹

Resumen

Analizar el cine como mensaje con finalidad comunicativa, desde emisor y receptor, a partir de diversas teorías, para formar sujetos críticos.

Palabras clave

Cine, mensaje, finalidad, comunicativa y didáctica

Abstract

Analyze cinema as a message, with a communicative intention, from sender to receiver, towards different theories to prepare critical spectators

Key words

Film, message, communicative, intention y didactics

El contexto social actual se encuentra determinado por el consumo, mayormente irracional, de productos, información y entretenimiento al alcance de la mano gracias a la diversidad de medios. El impacto de esto ha modificado de manera significativa las formas de aprender, comunicarse, trabajar y divertirse. Ante esta diversidad de oferta, los niños y jóvenes se encuentran en

¹ Ettore Scola (1931-?)

cierta forma indefensos, sin la formación suficiente para contrarrestar los embates de la publicidad que orienta sus preferencias y sin el desarrollo de habilidades para analizar los mensajes que reciben y adoptar una posición crítica y selectiva ante ellos.

Este problema significa un reto para el sector educativo, en el que si bien ha ido en aumento el uso de recursos multimedia, no siempre ha ido de la mano la preparación de docentes y alumnos en el conocimiento y el desarrollo de habilidades para comprender los diversos lenguajes con los que interactúan todos los días, pues se asume como innecesario, por ello el cine forma parte de las actividades escolares, pero solo a manera de complemento, sin analizarlo, ni vincularlo como parte del proceso de formación de los educandos.

Es un hecho que los niños y jóvenes perciben un número infinito de mensajes transmitidos no solo a través de los lenguajes verbales (oral y escrito), que son los que se estudian al menos de manera parcial en las aulas, sino que reciben mensajes a través de lenguajes como: el auditivo, proxémico, gestual, corporal y en especial el icónico, entre otros. La dificultad reside en que nuestro sistema educativo no les brinda conocimientos, ni les desarrolla habilidades ni actitudes que contribuyan a su mejor comprensión y empleo.

Por lo antes mencionado, la mayoría de las personas ve el cine sin analizarlo, o bien realiza un análisis muy somero donde lo que rescata es la parte central de la trama, sin percatarse de todos los elementos con significado propio que también forman parte de una película y que le aportan significados adicionales que orientan su interpretación de la realidad. Esto sucede incluso en las escuelas, pues casi no hay docentes formados en el análisis de los lenguajes, por lo que cuando incorporan un *film* en sus cursos, se limitan a requerir un resumen o a pedir que se respondan preguntas que pueden o no ser significativas.

Es un hecho que a la mayoría de las personas, incluidos los niños y jóvenes, les agrada ver cine y aunque éste es un recurso muy valioso que puede emplearse para acceder a muy diversos conocimientos, como un mayor y mejor conocimiento de la sociedad y del mundo en los que habitamos, se desperdicia porque no se han desarrollado habilidades de los alumnos y maestros para interpretar un texto fílmico. Esta situación se da también en otros países con relación a España, Ignacio Jarné (2007, p. 21) comentó:

El cine, en su acepción más amplia, tiene un potencial educativo y formativo innato que muy pocas veces ha sido estudiado y desarrollado en profundidad. En los últimos tiempos, la reforma ha contemplado la posibilidad de integrar el cine como materia para aprender. Pero ante esta posibilidad los interrogantes son muchos: ¿Cómo se puede hacer? ¿Cuál es el enfoque más adecuado? ¿Por dónde empezamos? Evidentemente no sólo es aconsejable y recomendable la enseñanza del cine como elemento cultural, artístico o creativo; el cine ofrece muchas más posibilidades... Las películas, todas las películas, están esperando que las comentemos, analicemos, interpretemos y les busquemos un significado, igual que hacemos con las grandes obras de la literatura universal....

Cuando alguien mira una película y no la comprende tiende a dejar de verla, o bien la rechaza y prefiere ver otra que no le implique ningún esfuerzo y donde su papel se limite a ser un receptor pasivo. Por ello tienen mayor demanda los *films* que son predecibles y aquéllos donde hay mucha acción, en tanto que los que requieren un receptor atento a los detalles, que vaya construyendo la historia e interactuando con ella, son menos solicitados.

La pregunta entonces es ¿cómo abordar el análisis de una película? Las respuestas han sido muy diversas, dependiendo de la persona que responda. Desde mi punto de vista debe analizarse como un hecho comunicativo, donde el *film* es un mensaje con diversos emisores, enviado a un receptor. Es por ello que tomamos como base para nuestro planteamiento diversas teorías, tanto literarias ligadas con la narratología, como otras centradas en la comunicación: para el autor y su contexto partimos del historicismo, para el texto/mensaje de algunas aportaciones del estructuralismo, la pragmática y la semiótica. Para el receptor-lector de las teorías de la recepción y la semiótica. (Vid. Mendoza, 2004, 43-44) y el texto de Beristáin (1982). Como puede apreciarse buscamos rescatar la riqueza aportada por diferentes teorías. Coincidimos con Zavala (2010, p. 65) cuando plantea que:

El análisis como interpretación puede ser de naturaleza estética o semiótica. En el primero el análisis centra su interés en el espectador implícito y su experiencia estética, lo cual exige aproximaciones transdisciplinarias. El segundo tipo de análisis, es decir, el semiótico, centra su interés en el enunciado y sus condiciones de enunciación,

como es el caso de las aproximaciones estructuralistas, formalistas, intertextuales, de traducción, etc.

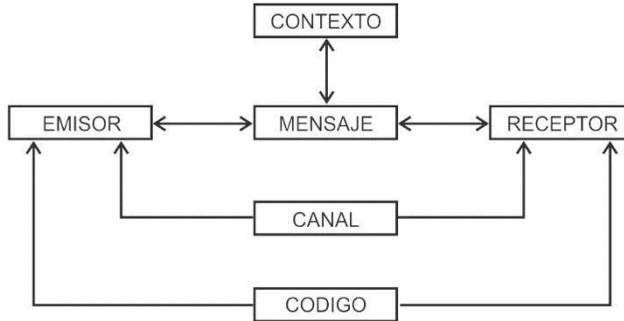
Partimos del hecho de considerar que lo característico del cine, de la imagen proyectada en una pantalla, es que ofrece una ilusión de la realidad y de la vida, en muchas ocasiones más sorprendente que la imaginación de la mayoría de la gente.

Utilizamos la vista cuando leemos, observamos imágenes o miramos los gestos o el lenguaje corporal de las personas; al oír un disco captamos por el oído... lo maravilloso del cine es que puede combinar todos esos lenguajes y hacernos partícipes de las historias que se cuentan y que captamos al menos con tres de los sentidos, a veces incluso en 3D, sin olvidar que la llamada “cuarta dimensión” incorpora también, aunque en pequeña escala, el olfato y el tacto. Por eso, cuando una película es buena, nos hace sentir que no solo contemplamos la realidad y el contexto de los personajes, sino que estamos presentes, los compartimos y somos parte de su alegría o tristeza, de su pasión o desaliento...

El nivel en el que nos involucramos depende, en gran medida, del grado de verosimilitud que se alcance, entendido como el “hacer parecer verdadero,” capaz de convencer al público de que algo ficticio es real, a sabiendas que no lo es. Éste es quizá el reto principal de contar historias cuando, al menos por dos o tres horas, nos alejamos de nuestra realidad y conciencia y nos entregamos al placer de experimentar otras realidades y viajar sin límites a otros espacios. Entre mayor es la verosimilitud, mayor es el placer o nivel de involucramiento, igual que en la literatura donde: “así, la verosimilitud resulta de la relación entre la obra y lo que el lector cree (acepta creer) que es verdadero.” (Beristáin, Diccionario...p.492).

Es necesario considerar que la imagen cinematográfica no es una mera reproducción de la realidad, sino una interpretación y reelaboración de ésta. Lo cual hace que cada versión de una misma historia sea expresada de una forma diferente y en ocasiones resulte casi totalmente distinta. Esto ocurre con frecuencia al representar textos clásicos, o muy conocidos, pues cada equipo quiere hacer “la verdadera historia”, o “la mejor”, pero lo que logra es transmitir la manera en que ellos entienden dicha historia. Pensemos por ejemplo en todas las versiones que existen de Romeo y Julieta o de La Cenicienta, que son numerosas ¿Por qué ocurre esta variación si se parte de una historia común? Principiemos por reflexionar sobre la comunicación básica en el cine. Si partimos del hecho de considerar a cada película como un mensaje, tenemos que preguntarnos cómo se genera dicho mensaje y ello nos

llevó a tomar como inicio el esquema de la comunicación de Jakobson (Jakobson, 1981, *Ensayos*, p.353):



Como el esquema nos resultaba muy útil, pero no suficiente, decidimos adecuarlo y complementarlo con lo que, desde nuestro punto de vista, ocurre en la comunicación a través del cine.



Empecemos por considerar a los emisores, los cuales, desde nuestro punto de vista son diversos, ya que si bien hay dos principales que son el director y el autor del guión, cada uno de los encargados de cuestiones como el vestuario, la escenografía, la música, el maquillaje, los efectos especiales... lleva a cabo su propia interpretación de la obra y de las indicaciones del director, ya que dependiendo, por ejemplo, de cómo se caracterice a un personaje variará nuestra percepción de este. Del mismo modo la escenografía y la música pueden modificar la forma en que el receptor interpreta lo que sucede. Así, cada uno de los participantes en la conformación de la película, contribuye con su parte elaborada a partir de sus propios códigos, al sentido general que en teoría está en función de lo que se haya acordado previamente al realizar una versión fílmica de un texto y de las indicaciones del director y del autor o el guionista.

Otro factor a considerar es el contexto, pues no es igual una película realizada o vista en un contexto represivo, que si se hace en un ambiente de libertad. Además el público y sus preferencias también son determinantes. En ciertas épocas y circunstancias se prefiere acudir a ver las películas realistas y en otras las fantásticas, que pueden ser de tipo mitológico o bien de ciencia ficción. En ocasiones hay más demanda por las comedias y en otras por los temas que muestran la dureza de la vida. Si se quiere que el *film* sea visto por muchas personas, tendría que acercarse, al menos en parte, a las preferencias vigentes, o bien decidir si se elige ser fiel al concepto que se busca, aunque se reduzca el número de receptores.

El hilo conductor del mensaje es la intención o finalidad comunicativa, entendida como:

... el propósito, la meta o finalidad que quiere conseguir, por medio de su discurso, el participante de un acto comunicativo. La intención modela el discurso del emisor, puesto que sus actos lingüísticos irán encaminados a lograr el propósito que persigue (aunque sea de forma inconsciente), a la vez que también influye en la interpretación del receptor (Cervantes virtual).

La intención responde a ¿qué se quiere que el receptor piense, sienta o haga a partir del mensaje que se le está enviando? ¿Se busca que se entristezca por la suerte de un personaje para que sea más sensible y colaborativo con los enfermos? ¿Se quiere que se emocione y comparta la felicidad de la pareja que culmina su amor? ¿Se desea alejarlo de su realidad para que tenga la ilusión de

un mundo mejor? ¿Se trata de horrorizarlo con una mirada caótica de la Tierra para que haga algo antes de que eso se vuelva realidad? ¿Se busca mostrar a un grupo con determinada ideología como “el de los buenos” (para atraer la simpatía hacia ellos) y a otro como “el de los malos” (para generar rechazo)? ¿Se pretende distraer a los espectadores de su realidad para que no piensen en ella y sean más manipulables?...

Cabe mencionar que el término ideología lo consideramos como Umberto Eco (1990):

Me atengo a una definición comprensiva y genérica, y defino la ideología como una visión del mundo, una perspectiva sobre las cosas, que cuando es consciente de su parcialidad, y la declara, puede convertirse en un útil instrumento de acción política (o de análisis de la realidad), y si, en cambio, no se reconoce como tal y no admite ser parcial como todas las ideologías, se convierte precisamente en falsa conciencia.

Coincidimos con este autor en la falsa conciencia que se forma en el espectador desprovisto de habilidades para el análisis, que asume que comprendió una película, cuando solo captó algo de la trama o parte de lo que el autor o el director quería que pensara.

Volviendo a nuestra consideración, una vez determinados estos aspectos, debemos analizar las decisiones que se tomaron con relación a la historia ¿Se respetó la trama original? ¿Qué se omitió o se agregó? ¿En qué orden se cuentan los sucesos? De ello va a depender si se introduce paulatinamente al receptor en la historia, o si se le impacta de inicio, para atrapararlo o si se le cuenta como si fuera una conversación donde se relata lo ya sucedido.

También la determinación del tiempo, así como el lugar, el ambiente y la caracterización de los personajes pueden modificar en mucho la percepción del mensaje, pues no es lo mismo una Cenicienta estilo Disney, *La Cenicienta* (1950), que una cenicienta prostituta en *Pretty Woman* (1990) o una chicana encargada de la limpieza en *Sucedió en Manhattan* (2004) o una empleada de cafetería en *Una cenicienta moderna* (2004). En las últimas, además del cambio de tiempo y espacio, se modifica la actitud de los personajes, fundamentalmente en los femeninos o de países del llamado tercer mundo, quienes dejan de ser sumisos para adueñarse de su destino, como en las películas más recientes de Disney o Pixar.

Además, como parte del análisis tiene que determinarse cuál es el conflicto o secuencia compleja, esto es: ¿Qué es lo que quiere conseguir el personaje? ¿Cuál es su objeto?, ¿Lo logra? ¿Quién o qué le ayuda y quién le pone obstáculos? ¿Tiene un antagonista? Esta parte es, en ocasiones, un poco difícil para los jóvenes y se requiere mayor apoyo del docente para orientar a los alumnos a que logren responder a las preguntas planteadas.

Es fundamental considerar también al que se encuentra en el otro extremo del modelo de comunicación: el receptor o espectador, quien va a interpretar el mensaje que reciba a partir de sus propios códigos. Por ejemplo ante una película donde se quite la tierra a los hacendados y se reparta a los campesinos, algunos conservadores estarían en desacuerdo pero ciertos liberales pensarían que es lo correcto. También dependerá la interpretación del *film* de los conocimientos previos que tenga el receptor sobre el tema, lo que puede dar lugar a una recepción superficial o más profunda del mensaje como afirma Eagleton, citado por Mendoza, respecto a la literatura, pero que también aplica para el cine: "...el lector hace conexiones implícitas, cubre huecos, saca inferencias y pone a prueba sus presentimientos...el texto no pasa de ser una serie de indicaciones dirigidas al lector, de invitaciones a dar significado..."(Mendoza, 2004, p. 45)

Entre el receptor y el emisor (si no hay coincidencia ideológica) se da una lucha entre el mensaje enviado a través de la película y los códigos o visión de mundo del receptor (que pueden ser firmes o débiles), lo que interpreta Jarnés (2007, p. 34) así:

Aunque es incuestionable que, por mucha fuerza que tenga el lenguaje cinematográfico a la hora de canalizar las emociones, la penetración de los mensajes que nos ofrecen los autores de las películas no significan nada sin unos espectadores que, en función de una serie de criterios subjetivos y personales, la interpreten y hagan suya. Los principios que defendemos cada uno de nosotros marcan en gran medida nuestra percepción y asimilación de la historia. Por mucho que un director intente manipularnos emocionalmente, a través de las imágenes, nuestra postura ante el mundo será determinante a la hora de posicionarnos ante la historia que nos muestra la pantalla. A pesar de ello, en algunas ocasiones nuestras ideas y creencias muchas veces se ven alteradas por el poder innato de medio.

Según esto, para ser convencido se requiere estar dispuesto a ello, o no tener convicciones sólidas respecto a los temas abordados en el filme.

Umberto Eco (2000, p. 417-418) va más allá en la consideración del impacto personal y social que puede detonar la ideología en los mensajes y lo significativos que se vuelven cuando son decodificados, sobre esto menciona:

El trabajo de la producción de signos desencadena fuerzas sociales y más aún representa una fuerza social en sí mismo. Puede producir ideología y crítica de las ideologías. Por lo tanto la semiótica (como teoría de los códigos y teoría de la producción de signos) constituye también una forma de crítica social.

También influye el contexto en que se encuentre el receptor en su interpretación de la película ya que, por ejemplo, una historia de amor será percibida de distinta manera si el receptor está enamorado o si le acaban de romper el corazón; así como verá de manera distinta un *film* violento, quien ha sido víctima de la violencia, que quien nunca la ha conocido de cerca, o quien la ejerce porque la considera natural, o se entenderá de otra manera un texto mitológico o de superhéroes, si en el fondo se desea la llegada de un ser con poderes mágicos para resolver la vida de quien lo ve.

Por último, con relación a este esquema tenemos las expectativas del receptor, porque uno asiste a ver una película esperando algo de ella: divertirse, indignarse por las injusticias, conmoverse, suspirar, recordar la infancia, etc. Puede ser que encontremos lo que buscábamos, que salgamos del cine deseando que nos devuelvan el precio de la entrada, o bien que lo que encontremos sea distinto a lo que esperábamos, que sea tan bueno que nos atrape y ya no nos importe tanto que no fuese lo que esperábamos.

Este análisis puede ser complementado con el estudio de otros recursos que son empleados por el cine, como el plano, el tiempo fílmico, la composición de la imagen, la luz y el color, el montaje y la estructura, el sonido, el encuadre, con una reflexión sobre los significados que aportan a una película, ya que todos están determinados por la finalidad comunicativa y con la percepción que se desea que tenga el espectador, en principio sobre el tiempo, pues en el cine es diferente al tiempo real. Es un tiempo variable, no necesariamente lineal, que incluso se puede acelerar o invertir según el impacto que se busca.

También es importante el manejo del espacio, cómo se utilizarán la luz y el color que convengan a los estados de ánimo que se desean producir, así como lugares gratos o no. Además son importantes los acercamientos a las personas y objetos que son significativos.

El sonido es otro factor importante ligado con lo que se quiere comunicar, que funciona tanto para hacer más creíble lo narrado, como para remitirnos a momentos importantes ocurridos previamente. Hay otros recursos más que podrían tomarse en cuenta, pero mencionamos los que consideramos más relevantes.

Hemos abordado, al menos en parte, algunos de los elementos que conforman el cine. Debe ser tarea de todos los educadores, desarrollar las habilidades comunicativas de los estudiantes (comprensivas para entender lo que ven, expresivas para comentarlo y metacomunicativas para relacionar lo que ven con sus conocimientos previos), que les permitan disfrutar las películas, a la vez que capten de manera consciente el o los mensajes implícitos en ellas y las ideologías presentes, así como desarrollar una postura crítica personal.

Es fundamental además analizar en las aulas cuál es el papel que desempeñan las llamadas industrias culturales en la conformación de la identidad de las personas, cómo se utiliza el cine para imponer formas de vivir y de pensar y cómo se establecen valoraciones que exaltan los méritos de un grupo social o cultural o de una nación por encima de otro. Poner a pensar a los estudiantes de qué manera se utiliza el poder del cine, no sólo para crear belleza, sino tanto para intereses políticos o económicos, como para propósitos orientados a la paz, la convivencia pacífica, la ecología, entre otros.

Hay que tener presente que lo importante no es que los alumnos aprendan historia del cine, o que puedan hacer un resumen de la trama, sino que desarrollen habilidades para comprender textos fílmicos y elaborar algunos (aunque sea a un nivel elemental) y comprender y usar todos los lenguajes involucrados, así como la competencia semiológica, que permita la interpretación de mensajes (Vid. Prado, 2004, p. 382).

Se recomienda el empleo de cortometrajes al principio para posibilitar un mejor análisis de los elementos que los conforman, particularmente por el tiempo limitado con el que se cuenta en las clases. Las colecciones de cortos mexicanos que ofrece CONACULTA son buenas y a precios accesibles.

También pueden encontrarse cortometrajes extranjeros en las librerías y tiendas de discos, además hay muchos disponibles en internet y se pueden encontrar ejercicios diversos en la página de Enrique Martínez-Salanova (2015).

Sugerimos elegir tanto los filmes cortos como largos, pensar en la edad, preferencias de los espectadores y en la finalidad didáctica que busquemos, más que en nuestro gusto personal, además de mostrarles diversos tipos de películas en cuanto a temática y tratamiento para que conozcan la diversidad que existe. Considerar las preferencias, no implica buscar lo más simple, que no requiere esfuerzo, sólo porque les guste a los estudiantes, sino en cuanto a temática, pero buscando películas bien realizadas, para que aprendan a partir de buenos ejemplos de *films*.

Un aspecto central en cualquier análisis es el llevar este más allá de la película. Habituarse a los receptores a vincularla con sus conocimientos previos, con su vida, sus preocupaciones, sus sueños, pues sólo así cobrará verdadera significación para ellos.

Abordar el análisis del cine implica un esfuerzo por parte de docentes y alumnos, pero la reflexión, aprendizaje y disfrute que obtendrán de ello bien vale la pena. Además, como dicen Lomas y Tusón (1997, p. 9-11), podrán desarrollar:

...una competencia semiológica (...) exige el conocimiento del modo en que cada discurso utiliza los materiales lingüísticos... e iconográficos, de la enunciación, una identificación de la intención comunicativa de quien construye el mensaje y una constante actitud crítica ante los usos de la lengua y la imagen que denotan manipulación o discriminación.

El cine es como un caleidoscopio compuesto por múltiples recursos, muy diversos que se combinan para permitirnos conocer, soñar, analizar. Crea la ilusión de realidad, que si está bien lograda puede parecerse verdadera y ayudarnos a conocer la propia, porque como dijo Sir Laurence Olivier (1907-1989): ¿Qué es en el fondo actuar, sino mentir? ¿Y qué es actuar bien, sino mentir convenciendo?

Con ese hacer parecer verdadero, el cine es un arte que de muchas maneras contribuye a hacer mejor nuestra vida en el sentido que le daban los mexicanos al arte, o “la divinización de las cosas”:

“En su impulso en pos de lo bello, vislumbró el hombre náhuatl que, embelleciendo por un momento siquiera a las cosas que se quiebran, se desgarran y perecen, tal vez se logra ir metiendo la verdad en el propio corazón y en el mundo.”

(León Portilla, Miguel (1979), *La filosofía*, p. 322)

FUENTES DE CONSULTA

- BERISTÁIN, Helena. *Análisis estructural del relato literario. Teoría y práctica*. México, UNAM. 1982. (Cuadernos del Seminario de Poética, 6)
- _____ (1997). *Diccionario de retórica y poética*. 8ed. México, Editorial Porrúa.
- ECO, Umberto. (1990) “Ideología, por pequeña que tú seas”. *El País*. Viernes, 6 de abril. http://elpais.com/diario/1990/04/06/opinion/639352807_850215.html
- _____ (2000, 5ª ed.) *Tratado de semiótica general*. España, Editorial Lumen (Biblioteca Umberto Eco)
- JAKOBSON, Roman (1981) “Lingüística y poética” en *Ensayos de lingüística general*. Barcelona, Seix Barral (Biblioteca Breve)
- JARNÉ ESPARCIA, Ignacio León (2007) “Cine y educación. La fuerza de las emociones”, en Andrade, Brigitte et.al. *Cine y habilidades para la vida. Reflexiones y nuevas experiencias de educación para la salud, cine y mass media*. España, Gobierno de Aragón, Artes Gráficas Lema, (Nuevas Experiencias Cine y Salud) p. 19-35
- LEÓN PORTILLA, Miguel. (1979) *La filosofía náhuatl. Estudiada en sus fuentes*. Pról. Angel Ma. Garibay, México, Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM.
- LOMAS, Carlos y Amparo Tusón.(1997) “Medios de comunicación, discurso y persuasión” en *Textos de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, no 14, octubre, p. 9-11.

- LOMAS, Carlos. (1999) “Enseñar literatura”. “Lengua y medios de comunicación de masas”, en *Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras. V. II. Teoría y práctica de la educación lingüística*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1999 p. 87-158 y p.259 a 316 (Papeles de Pedagogía, 39).
- MARTÍNEZ-SALANOVA Sánchez Enrique. (2015) “Sugerencias didácticas para trabajar con el lenguaje cinematográfico”. <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/suglenguajecine.htm#>
- MENDOZA Fillola, Antonio. (2004) *La educación literaria. Bases para la formación de la competencia lecto- literaria*. Málaga, España, Ediciones Aljibe, (Temas de Lengua y Literatura)
- PRADO Aragonés, Josefina. (2004). *Didáctica de la lengua y la literatura para educar en el siglo XXI*. Madrid, La Muralla, (Aula Abierta)
- ZAVALA, Lauro. (2010). “El análisis cinematográfico y su diversidad metodológica”. *Revista Casa del Tiempo*, México, Universidad Autónoma Metropolitana
- http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/30_iv_abr_2010/casa_d_el_tiempo_eIV_num30_65_69.pdf

Copyright (c) 2016 Rita Dromundo Amores



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)