



## «Barrio»

Por Luis Blanco

### La historia

#### FICHA TÉCNICA:

**Productor:** Elías Querejeta. **Producción:** Sogefel, E. Querejeta, P.C., Mact Productions, M.G.N. Filmes. **Guión y Dirección:** Fernando León de Aranoa. **Fotografía:** Alfredo Mayo. **Música:** "Hechos contra el decoro". **Montaje:** Nacho Ruiz Capillas. **Interpretes:** Crispulo Cabezas (Rai), Timy (Javi), Eloy Yebra (Manu), Marieta Orozco (Susi), Chete Lera (inspector), Carmen (Alicia Sánchez), Angel (Paco Algora). **Duración:** 99 minutos. **Estreno:** Octubre 1998.

Es la historia de tres adolescentes, Rai, Javi y Manu, que viven en una barriada del extrarradio de Madrid. Todo sucede durante un caluroso mes de agosto en el que no hay nada que hacer. Los tres muchachos sueñan con unas vacaciones de cartel de turismo, en lejanas playas exóticas por donde pasean sus cuerpos las mujeres más hermosas del mundo.

Sin embargo, la realidad es muy otra: a Rai le gusta Susi, la hermana adolescente de su amigo Javi y habrá de conformarse con intentar ligársela en una fiesta tropical la mar de outre, debajo de un puente entre palmeras falsas y mulatas recortadas en cartón. Por otra parte, Rai tiene contactos con el mundo de la droga, circunstancia que decidirá fatalmente su destino.

En cuanto a Javi, que duerme con cascos y música de rock para no oír las

trifulcas de sus padres a punto de separarse, no tiene prisa por sacarse el carnet de conducir y hacerse cargo de la furgoneta de su padre para ayudar a la insostenible economía familiar.

El que sí trabaja es Manu: su madre se ha muerto, su padre está en el paro y bebe demasiado, su hermano siempre ausente (una ausencia que Manu tiene idealizada) es un drogadicto terminal. Manu reparte pizzas a domicilio aunque ni siquiera dispone del vehículo necesario para el transporte.

La película gira, pues en torno a estos tres adolescentes, sus circunstancias familiares y sociales, sus relaciones personales, y muestra como trasfondo una abrupta realidad sociológica, todavía actual, que nos hace mirar con interrogantes hacia el futuro de Rai, de Javi y de Manu y de aquellos a quienes ellos representan.

### Antes de ver la película

—Su joven director, Fernando León, tras una primera etapa como guionista, irrumpe en el cine con una película que se titula *La familia* (1996). Previamente había filmado un corto titulado *Sirenas* que sirvió, más que nada, para que le descubriera el productor cazatalentos Elías Querejeta.

*La familia*, que es una comedia sin aires de realismo de *Barrio*, no deja por eso de ser un curioso laboratorio en el que se analizan y se caricaturizan, a lo largo de las 24 horas de un día, muchas de las experiencias y contradicciones de la tradicional institución familiar. No es el caso de *Barrio*, decíamos, donde la familia no se analiza ni se caricaturiza sino que se muestra en su agria realidad inmediata.

Si a esto añadimos que Fernando León ha declarado en alguna entrevista su admiración por el director inglés Ken Loach (*Lady Bird*, *Lady Bird*, *Lloviendo piedras*, *Mi nombre es Joe...*) no resulta gratuito aventurar la línea de cine que actualmente le interesa.

—A modo de introducción a la película, se podría proponer a los alumnos una rueda de preguntas sobre ese tema: el barrio. Qué es un barrio, barrios y clases sociales (barrios pobres, barrios peligrosos, de mala fama, barrios "pijos") Qué tipos humanos corresponden tópicamente a las diversas clases de barrios.

<h2 style="text-align: center;">Núcleos narrativo – temáticos</h2>	<h2 style="text-align: center;">Preguntas</h2>
<p><b>1. El Barrio</b></p> <p>Planos del comienzo y el final de la película: calles, fachadas de casas vecinales, ventanas, bloques de viviendas, gentes anónimas que transitan o hacen sus "negocios" sobre la marcha. Una familia de gitanos exhibe las habilidades de una cabra al son de una música estridente; las vecinas arrojan monedas desde las ventanas, etc.</p> <p>Luego veremos cómo son por dentro las casas del barrio y sus habitantes, el supermercado y los rincones de basura junto a las vías del tren.</p>	<p>1.- Sabemos que no se trata de un barrio concreto sino, como dice el director de la película, de un barrio hecho de muchos barrios. ¿Que ha pretendido con ese montaje de fragmentos? ¿El resultado es convincente?</p> <p>—Fíjase en las personas, la calles, las casas... ¿Cuál es el nivel social del barrio?</p> <p>—El director y guionista de la película ha querido establecer una relación entre ese "ambiente" y lo que allí sucede: ¿se trata de una relación meramente casual o en ese tipo de barrio se dan las condiciones propicias para que ocurran historias como esta?</p>
<p><b>2. Las familias</b></p> <p>Son tres: la de Rai, la de Javi y la de Manu.</p> <p>La de Rai aparece a primera vista como la menos conflictiva, aunque al padre le desaparezcán del bolsillo del pantalón los billetes de mil pesetas. El hijo mayor es guarda de seguridad y tiene licencia de armas. A Rai le fascina su pistola.</p> <p>La familia de Javi está a punto de romperse (y acabará rompiéndose) por la mala relación entre sus padres. Javi tampoco se lleva a partir un piñón con su hermana; tolera el abuelo (¿sordomudo?) con el que comparte habitación y se defiende de las continuas reyertas de sus padres taponándose los oídos con los cascos de oír música.</p> <p>La familia de Manu ya casi no es familia: su madre ha muerto, su padre bebe demasiado y no trabaja y hay un hermano ausente cuyo secreto atroz descubriremos al final.</p> <p>Manu es el único de los tres amigos que trabaja temporalmente pero sin ningún futuro.</p>	<p>2. ¿A qué nivel social pertenecen? ¿cuáles son sus problemas? ¿alguno de esos problemas puede ser el origen de todos los demás? Comentar el caso de la familia de Javi. ¿Qué actitudes adoptan los distintos miembros de la familia ante lo que en ella sucede? ¿Está sordo el abuelo?</p> <p>¿Se puede suponer que esos problemas son la excepción o, más bien, están expuestos por el director como indicativos de una problemática más general en ambientes parecidos?</p> <p>¿Aparece algún aspecto de solidaridad entre las tres familias?</p>
<p><b>3. Los chicos</b></p> <p>Son quinceañeros. Van al Instituto. Están de vacaciones y buscan la manera de vivir ese tiempo según las propuestas de las agencias de turismo y las imágenes de la televisión.</p> <p>A pesar de su buena relación, cada cual tiene sus secretos. Por ejemplo, Rai no les ha dicho a sus colegas ni una palabra sobre sus trapicheos con la droga. Manu no les cuenta la historia de su hermano.</p> <p>No son delincuentes aunque Rai es el que tiende a vivir más peligrosamente: ahí está su relación con la droga, su fantaseo de asalto al furgón en la plaza, el robo de flores en el cementerio, el de las tapas de los yogures en el súper, su habilidad para abrir puertas de coches y tiendas (la de la tienda de trofeos), sus juegos con la pistola de su hermano...</p> <p>Manu y Javi, sobre todo Manu, acaban mostrando sus buenos sentimientos con respecto a sus respectivos padres.</p> <p>Los tres discuten y se critican continuamente sin que por eso se llegue a romper su relación.</p>	<p>3. Su aspecto: ¿Causan la impresión de ser los típicos "goffos" de barrio o se evita más bien ese aspecto? ¿qué impresión quiere transmitir el director sobre sus tres protagonistas? ¿son reconocibles en otros chicos de su misma edad aunque las circunstancias no sean las mismas?</p> <p>—Su lenguaje: ¿Qué aporta la abundancia de incorrecciones, "tacos" y similares a sus conversaciones? (¿Son necesarios en unos diálogos de cine que quiere ser "realista"?) ¿Se trata de un lenguaje exclusivo de este tipo de chicos o hay que hacerlo extensivo a una inmensa mayoría de sus coetáneos/as? ¿Cuáles podrían ser las causas de ese bajo nivel de lenguaje?</p> <p>—Sus temas de conversación: ver este punto en el n. 4 del cuestionario.</p> <p>—Su carácter: ¿Cómo son Rai, Javi y Manu? ¿muy diferentes entre sí, se parecen, no están bien definidos, están cortados por el mismo patrón? Explicar datos.</p> <p>—Sus diversiones: ¿Cuáles son? Según lo que vemos y oímos ¿lo están "pasando pipa" en sus vacaciones de verano? ¿qué papel desempeña en ese contexto la moto acústica?</p> <p>—Sus problemas: Ver y completar lo dicho en los puntos 2 y 4.</p>

# ANÁLISIS DE PUBLICIDAD

Silvia Pozas Barrero  
Periodista

## Lectores críticos

La publicidad utiliza estereotipos de la sociedad para que los lectores entiendan mejor el mensaje lanzado. Estereotipos de raza, de profesión, de género, estereotipos para simplificar la realidad, para reconocerla, para garantizar el éxito o para reflejar las distancias que nos separan en este mundo que vivimos.

¿Cómo aparecen la mujer y el hombre en la publicidad? ¿Se refleja el pensamiento y la vivencia real de la sociedad? ¿Es un factor que ayuda a

cambiar los roles sociales? Mientras los teóricos no llegan a un acuerdo, los anuncios continúan mostrando a la mujer como la responsable del hogar y al hombre como el profesional que lleva el dinero a casa. Aunque algo está cambiando, lentamente, pero es algo. Las mujeres comienzan a aparecer como profesionales a la vez que como amas de casa, es decir, con doble trabajo, y a los hombres se les ve con los niños, con el perro, con los platos.

Los jóvenes de hoy precisan herramientas para adquirir una capacidad crítica ante la publicidad, y esta capacidad no es innata sino que se aprende. Por ejemplo, si Levi's "vende" rebeldía y sexo, no se trata de no comprar Levi's sino de saber lo que están "vendiendo" para que el consumidor actúe en coherencia con sus valores. Por eso, ofrezco una serie de didácticas para trabajar, a través de los temas transversales, algunos anuncios seleccionados de revistas dirigidas al público juvenil.

## Estilos publicitarios

- ✓ **Informativo - Educativo:** Expresa aspectos del producto (componentes, formas de uso...)
- ✓ **Emoción:** Sugiere situaciones afectivas con las que el receptor se identifica (deseo de una buena posición, una imagen agradable). Ej: Coca-cola con los osos.
- ✓ **Regresivo:** Recuerda momentos felices del pasado. Ej: jabón *Heno de Pravia*, recuerdos de la niñez, del hogar.
- ✓ **Música:** (Publicidad televisiva). Comunica cosas que no se pueden transmitir mejor de otra manera (una sensación, un estilo, una clase, un estado de ánimo). Muchas de las músicas empleadas en campañas, se han convertido en superventas. Ej: Uca-Chaca-Uca. Campaña del *Corte Inglés*.
- ✓ **Ansiedad visual** (Video clips). El paso vertiginoso de imágenes al ritmo de la música suscita ansiedad al seguir las con la vista. La publicidad en medios impresos también puede provocar ansiedad visual a través de los colores, de la sensación de movimiento rápido, etc.
- ✓ **Fantasia:** Las situaciones fantásticas e irreales llaman la atención del receptor.
- ✓ **Miedo - Temor - Escándalo:** El negocio publicitario tiene una actitud respetuosa frente a estos estados de ánimo. Se alude a situaciones catastróficas, accidentes, enfermedades como en las campañas de tráfico o contra el consumo de droga. Sin embargo, la publicidad también combina el escándalo, el miedo y el humor como en la campaña de preservativos "Póntelo, pónselo".
- ✓ **Humor:** Crea en el público una actitud relajada y receptiva para escuchar y aceptar lo que se está diciendo. Es básico que el humor sea digno porque la vulgaridad destruye la marca.
- ✓ **Suspense diferido:** Primero se lanza un mensaje intrigante que provoque curiosidad y después, se despeja la inquietud con un mensaje-respuesta-solución. Ej: Campaña "JASP, Renault Clío".
- ✓ **Seriada:** Cuando se mantienen los mismos personajes de forma que la comunicación se contempla como por capítulos. Ej: el chico *Marrini* o el hombre de la tónica *Schnveppes*.
- ✓ **Referencias racionales:** Relacionadas con aspectos económicos o de utilidad (el precio, bajo consumo, facilidad de uso). Ej: "Camel no sube. 270 pesetas".
- ✓ **Erotismo:** La carga de erotismo tiene un alto poder de convocatoria y atracción entre determinados grupos de consumidores. Ej: perfumes, el alcohol, las prendas de vestir.

## Géneros publicitarios

- ✓ **Problema - Solución:** El primer paso para solucionar un problema es detectar que existe. La publicidad lo descubre y nos dice qué producto utilizar para resolverlo. Ej: cremas celulíticas, champús anticaspa, etc.
- ✓ **Demostración:** Enseña al consumidor las ventajas racionales del producto. Ej. absorbencia de Evas Ultra.
- ✓ **Comparación:** En España, la legislación sólo permite la comparación de una marca con la generalidad de su mercado. Ej.: "¿Qué lavadora le ofrece más garantía? Balay, cinco años.
- ✓ **Presentador:** Un presentador ensalza las virtudes de un producto.
- ✓ **Testimonial:** El personaje habla como usuario del producto y remarca sus ventajas. Hay que distinguir entre experto, famoso y persona normal.
- ✓ **Fragmentos de vida o de cine:** Reproduce situaciones de la vida real (o del cine) en las que se usa el producto.
- ✓ **Dibujos animados:** Venden poco porque el truco de notoriedad es excesivamente evidente y se une a una etapa de infancia que ya pasó. Pero si los dibujos son más modernos pueden conseguir gran capacidad de síntesis. Ej: Libretón BBV.
- ✓ **Superspectáculo:** La grandiosidad puede ser factor de notoriedad y prestigio.

## Estereotipos en la publicidad

MUJER		HOMBRE
✓ Su apariencia debe estar perfectamente adecuada a la moda. Se califica su belleza. Lenguaje emotivo.	<b>LENGUAJE</b>	✓ Se califica su personalidad y el lenguaje es racional y objetivo
✓ Expresividad ✓ Es observada y mira al lector ✓ Gesto delicado y sensual ✓ La mujer sueña, está ausente	<b>GESTO</b>	✓ Inexpresivo ✓ Observa ✓ Gesto agresivo ✓ Vive, participa en experiencias
✓ Es madre y cuida de los niños ✓ Ama de casa ✓ Compañera, la mujer acompaña	<b>ASIGNACIÓN DE ROLES</b>	✓ Padre, juega con niños y enseña ✓ El hombre es un profesional ✓ Protagonista, conduce, dirige
✓ Detrás del hombre ✓ Posición inferior, sumisa ✓ Al lado de...	<b>POSTURA Y POSICIÓN</b>	✓ Delante de la mujer ✓ Posición superior, dominante ✓ El hombre en el centro
✓ Espacio privados e interiores	<b>DÓNDE APARECEN</b>	✓ Espacios públicos y exteriores
✓ Rubia ✓ Joven, adolescente ✓ Delgada	<b>ASPECTO</b>	✓ Moreno ✓ Joven, maduro ✓ Fuerte
✓ Objetos de moda y belleza ✓ Suele aparecer desnuda ✓ Flores ✓ Utensilios del hogar	<b>OBJETOS QUE POSEEN</b>	✓ Objetos de profesión ✓ Suele aparecer vestido ✓ Coches ✓ Culturales: periódicos, libros...
✓ Inactiva, sin funciones asignadas ✓ Silenciosa ✓ Modelo que posa ✓ Incitadora, sexualmente activa	<b>QUÉ HACEN</b>	✓ Activo ✓ Ruidoso ✓ Persona real ✓ Seducido, sexualmente pasivo
✓ Trazo curvilíneo ✓ Tipografía inclinada, minúscula	<b>FORMAS Y TRAZOS</b>	✓ Forma recta ✓ Tipografía romana, mayúscula

# Atreverse a mandar

Fernando de la Puente



Hemos examinado en números anteriores las "ilusiones ocultas", los "esquemas ambiguos de motivación", la "mentalidad ejecutiva", el chantaje afectivo, es decir, todo aquello que en la práctica de la vida cotidiana nos impide educar hacia la madurez.

Comenzamos a desarrollar ahora lo que llamamos estrategias básicas de la educación familiar. Unas son directivas como mandar, alabar, censurar y otras son no-directivas como dialogar, motivar valores y razones, ayudar a tomar decisiones o clarificar problemas, etc.

Hoy día la palabra *mandar* como todos sabemos está mal vista y todos los padres tiemblan ante el apelativo de *autoritario*. Como parece especialmen-

te difícil establecer normas y límites, vamos a comenzar por esta estrategia.

## ¿Por qué los niños y adolescentes quebrantan las normas?

Hay varias causas posibles:

- En muchos casos, porque no se conocen con claridad las normas, o no se recuerdan. Por no explicarlas suficientemente, o no repetir las periódicamente; o bien por defectos de promulgación, es decir, las normas no quedan claras.
- En otros casos, porque no entienden que tales normas se aplican a ellos. Es decir, en qué sitio, en qué días o momentos.
- En otros casos, porque los niños, aun entendiendo la norma y sus circunstancias de aplicación, no comprenden la necesidad de tal norma. Y eso porque no entienden las motivaciones de índole social o personal que apoyan dicha norma.
- Y finalmente, otros quebrantan deliberadamente las normas llevados de una agresividad interior hacia los educadores, los mayores, los padres, el colegio, etc. derivada generalmente de conflictos personales. Y también quebrantan deliberadamente las normas por pereza o abulia.

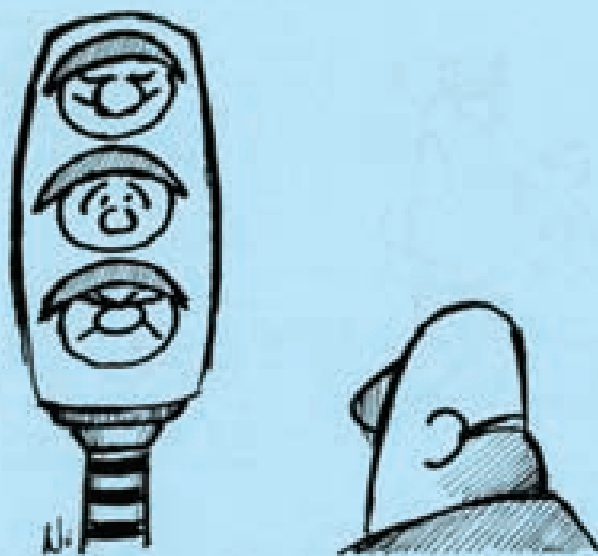
Si se dan las motivaciones claras y son entendidas; y lo que se manda es razonable (en cantidad de normas y en cualidad de norma), y sin embargo continúa la indisciplina, entonces es probable que exista algún tipo de agresividad:

- o superficial hacia padres o los educadores, por defectos de ejercicio de la autoridad;
- o profunda: conflictos, necesidades insatisfechas, deseos de llamar la atención.

### Las tres zonas típicas de la disciplina (el "semáforo")

A) **Zona verde:** el niño realiza la conducta deseada o pretendida por los padres o educadores (*estudia tranquilo en su cuarto; llega a casa a la hora convenida; coloca sus zapatos, etc.*).

B) **Zona amarilla:** el niño realiza una conducta "no aprobada", pero "tolerada" por razones específicas (momentos difíciles de su evolución; situaciones especiales por enfermedad, cambio de colegio, pérdida de un amigo). O por la táctica de no querer eliminar todas las conductas negativas al mismo tiempo, no actuar en todos los frentes. Se pretende usar la técnica de los *pequeños pasos*.



C) **Zona roja:** conducta "no tolerable" que pone en peligro el bienestar físico o ambiental de la familia, o que supone actitudes negativas de crueldad, agresividad, falta de respeto, etc. La tolerancia en estas situaciones produciría un aumento de conflictividad interior y de ansiedad. Si les ayudamos a controlar sus impulsos reducimos su ansiedad.

Lo ideal es que la zona amarilla de conductas negativas pero de momento no castigadas, vaya disminuyendo: o bien porque sin castigos y con motivaciones positivas logramos su eliminación; o bien porque algunas de ellas las pasamos a zona roja de prohibición a medida que las que antes estaban en zona roja van desapareciendo. Esto

significa que vamos elevando el nivel de exigencia. Pero hay que tener mucho cuidado: evitar un perfeccionismo asfixiante y una personalidad infantil rígida y poco espontánea.

Lo interesante es que los padres se pongan de acuerdo en qué conductas van a prohibir, cuáles van a tolerar (sin sancionar ni sermonear) y cuáles son las que no van a insistir en ellas porque ya son buenas. Es interesante que se actúe por pequeños pasos prohibiendo claramente pocas cosas, las que realmente no se pueden tolerar. El perfeccionismo y la ansiedad de eliminar todos los defectos de un niño es el error más grande a la hora de establecer las normas de convivencia y disciplina familiar.

¿Cómo saber si yo soy perfeccionista? Es muy difícil si nos encerramos en nosotros mismos y ni siquiera dialogamos con el matrimonio. Es más fácil: a) si además dialogamos con otros matrimonios (por ejemplo, la Escuela de Padres); b) si también logramos escuchar a los hijos en momentos de serenidad; c) si tratamos de ser realistas acerca de las fuerzas psicológicas de un niño para controlar todos los impulsos y sentimientos. Pero todo esto no impide que haya una zona roja de conductas no toleradas y sometidas a sería censura y/o sanción.

### Técnicas para establecer límites

Toda norma lleva consigo un mandato para realizar una actividad concreta y un límite o prohibición de realizar otras cosas que al chico/a se le pueden ocurrir. Resumimos aquí algunas de las sugerencias anteriores y añadimos otras técnicas:

1) **Prohíba las cosas con claridad.** Toda limitación o prohibición ha de expresar muy claro lo que limita o prohíbe. Evitemos parábolas, metáforas, dejar algo sobrentendido. Construyamos frases con sencillez gramatical. Ejemplos: *no se puede correr por este pasillo, sería una frase correcta; pero si decimos ¿qué hacéis aquí? ¿es que creéis que los pasillos son pistas de atletismo?*, sería un mandato incorrecto porque no está formulado con claridad.

La retórica, la cara congestionada del que manda, pueden impresionar a los niños pero dejan las ideas confusas de lo que se quiere mandar.

2) **Siempre que se pueda, ofrezca un sustitutivo.** Ejemplos: un profesor en clase dice *no hagáis ruido ni habléis en voz alta; en voz baja podéis preguntar las dudas a los compañeros de al lado; es una frase correcta. No juegues en el pasillo, tenéis la habitación; también es una frase correcta.*

3) **Formule prohibiciones definidas o totales.** Ejemplos: *no vuelvas muy tarde; es una prohibición mal formulada. Lo correcto es decir la hora de volver a casa es a las nueve (o a las 11,00, o la hora que sea). Otro ejemplo: no lancéis el balón muy alto junto a esta pared, pues a tres metros hay cristales; es una orden incorrectamente formu-*



lada; la expresión correcta sería, *en esta zona no se puede jugar; podría jugar en tal sitio.*

**4) Formule las normas seria y oportunamente.** Es necesario que los niños oigan las normas, cuando están escuchando con seriedad, atención y concentración. Es incorrecto dictar normas en clase cuando, por ejemplo, los niños están nerviosos porque salen tarde y el autobús se les escapa; o cuando los niños están pendientes de un examen importante, de un programa televisivo especialmente esperado.

Otras veces se dicen las cosas medio en broma, alegremente; o en tono de ira. Los niños en estos casos captan más el estado de ánimo o el tono del que manda, que el contenido de lo que se manda.

Otros mandan con tal escepticismo o pesimismo acerca de la norma que dan, que ya están transmitiendo que se espera que no se cumpla. Tampoco es bueno cierto estilo de "rogar" las cosas como por compasión *¿es que no te daña cuenta de que me estás levantando dolor de cabeza?, ¿querrás hacerme el favor de...?* Estas normas expresadas con lamentos, ya salen derrotadas "a priori". No son normas; son modos de infundir lástima al que las escucha.

Si el educador no está seguro de lo que tiene que mandar, que lo piense y lo madure, o no mande nada. Pero no debe transmitir inseguridad, falta de confianza en sí mismo.

**5) Mande de forma positiva.** Ejemplos correctos: *da gusto ver las paredes de esta cama cuando están limpias; mantén limpio el Colegio o la casa; las sillas son para sentarse, no para pisarlas.* Por el contrario, serían incorrectas las frases *no manchéis las paredes, eso es una falta de educación; no arrojéis cosas al suelo, da pena ver como lo dejáis todo; no os subís a las sillas, las estás destruyendo.*

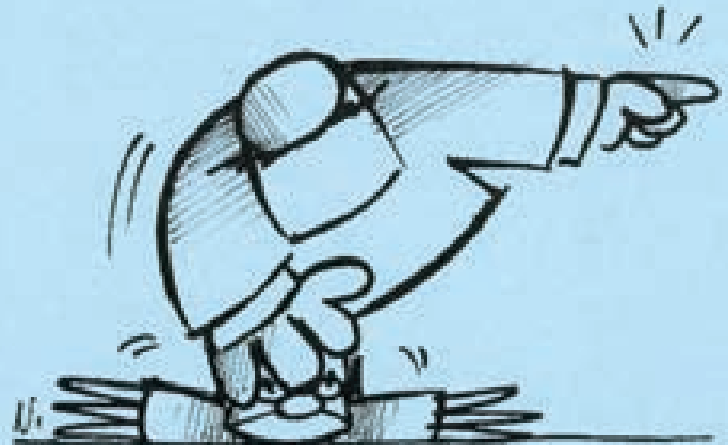
Razón pedagógica profunda: las órdenes negativas suelen destruir el interés de los niños. La mayor parte de los niños obedecen mejor a mandatos que se enfocan hacia valores positivos, y que favorecen la imagen positiva de sí mismo.

La técnica para que una norma sea mandada de forma positiva es señalar la función de un objeto, al mismo tiempo que se indican los límites de las cosas. Por ejemplo: *la hora de estudiar es de 6 a 8 de la tarde, ya jugarás más tarde; el lápiz sirve para escribir, no para morderlo.* Cada cosa tiene una actividad y cada objeto una función. Hacia eso deberá apuntar nuestra flecha indicadora.

**6) Ordene acciones externas, no actitudes internas.** Lo que se manda son comportamientos verificables o comprobables, susceptibles de evaluación clara, premio o sanción. Ejemplos: *séntate bien; no hables mientras comes; usa papel y lápiz para estudiar matemáticas.* Las actitudes no se mandan, se promueven. No se puede mandar el ser de una manera o de otra. El interés por el estu-

dio, el respeto a los demás, etc. no se mandan, se educan; es decir, se motiva y se favorece su crecimiento. Muchos educadores no distinguen lo que es para mandar, de lo que es para promover.

**7) Respete la dignidad de las personas.** Se deben evitar insultos, ironías, desprecios, etc. Hay un tono burlón en algunos padres y educadores que al mandar algo, transmiten al niño un desprecio personal. La obediencia es muy dura y no debemos recargarla con una voz áspera o un tono irónico. Incluso ciertos matices no directamente humillantes, no salvan del todo la autoestima del niño. Ejemplo: *tú eres muy pequeño para estar aquí tan tarde; sería mejor decir ya sabes que la televisión se termina a las diez los días laborables. ¿Por qué hay que añadir alusiones personales?*



**8) Conceda participación a los hijos para conocer su opinión sobre las normas.** Ellos tienen algo que decir, cuando se les va a imponer un reglamento que condiciona su vida. Si elaboramos nosotros solos las prohibiciones, sin oír su punto de vista, podemos olvidarnos de lo que un niño puede hacer; y remontarnos a un idealismo poco real. O bien, podemos imponer nuestras manías personales sobre limpieza, orden y urbanidad. No conviene imponer manías, sino "leyes" razonables.

Pero, ¡ojo!, esta escucha participativa no significa "diálogo incondicional". Después de escuchar, usted es quien debe decidir en qué va a consistir la norma. Oírles no significa blandura y consentimiento. Usted es el responsable de la familia, no ellos. Pero el oírles y dialogar con ellos previamente, es lo que impide que esa autoridad se transforme en autoritarismo.

### Crear condiciones ambientales adecuadas

La disciplina busca crear un orden y esto debe reflejarse en el estilo de la casa. No podemos pretender el orden cuando la casa está desordenada y los padres somos desordenados en el modo y ritmo de llevar las cosas. La casa vale para muchas cosas, para convivir, jugar, hablar; y

también para los deberes de los niños, tiene que haber un ambiente tranquilo y relativamente silencioso en el momento en que los niños estudian.

Una casa agradable, ordenada, sin llamadas y visitas a todas horas, es un ambiente propicio para la disciplina del trabajo escolar. Por lo tanto, mandar no es solamente dictar normas sino crear condiciones idóneas, es decir, poseer los medios, facilitar el ambiente.

Por supuesto que es muy importante también que la casa no sea solamente un sitio donde se oyen normas y se cumplen deberes, sino un hábitat que proporcione ciertas ilusiones a los hijos, donde hay convivencia alegre.

**Próximos temas:** proceso de establecer normas creando hábitos razonados. El valor de la disciplina. Los castigos, ¿sirven para educar? ¿Cómo actuar frente a las transgresiones?

## Trabajo en grupos para el tema "atreverse a mandar"

### PRIMERA PARTE: Reflexión individual

Realizar una sencilla reflexión personal (durante unos 5-7 minutos), contestando a las siguientes cuestiones que aquí proponemos.

a) Cuáles son los comportamientos positivos que la mayor parte de las veces se cumplen bien y son aceptados por los niños/adolescentes ("semáforo verde").

---



---

b) Cuáles son los comportamientos negativos e insatisfactorios pero que de hecho tolero por cansancio o porque creo que no debo por ahora enfrentarme con ellos ("semáforo amarillo").

---



---

c) Cuáles son los comportamientos negativos que en ningún caso puedo ni quiero tolerar ("semáforo rojo").

---



---

d) ¿Es bueno clasificar las conductas en estas tres categorías? ¿Qué ventajas tiene? ¿Cuál sería nuestro modo de proceder como padres ante los comportamientos de cada una de estas categorías?

---



---

e) ¿Existe acuerdo en la pareja en clasificar estos comportamientos en estas tres categorías? ¿Por qué?

¿Cómo se podría mejorar esta armonía educativa?

---



---

### SEGUNDA PARTE: Reflexión en pequeño grupo.

Según los padres están sentados en el grupo, comentad con las personas de al lado, lo que habéis respondido a las cuestiones "a", "b" y "c" anteriores (7 a 10 minutos).

### TERCERA PARTE: Reflexión en el grupo general

El moderador procede a plantear la cuestión "d" y "e" (30 a 45 minutos).

**Recordemos:** Los grupos constan de unos 10 matrimonios y se forman con entera libertad. Aconsejamos que los padres se reúnan teniendo en cuenta la edad de los hijos o el curso que estudian, de un modo aproximado, es decir, el ciclo o la etapa en que están ahora cursando estudios.

Los miembros de cada grupo deberán elegir un "conductor" de grupo y un sustituto de acuerdo con el Director de la Escuela de Padres. Los conductores de grupo deben acudir siempre 45 minutos antes de la charla para preparar el trabajo de grupo de cada sesión juntamente con el Director de la Escuela de Padres.

Al final de la reunión, el Conductor de Grupo ayudado de algún miembro del mismo redactará unas breves notas (no "acta" ni resumen de todo lo dicho) indicando los desacuerdos o folios de claridad que ha habido en el grupo, las clarificaciones o precisiones que se desean. Cualquier ruego o pregunta.



# LA PUBLICIDAD Y EL GÉNERO

## LA MUJER

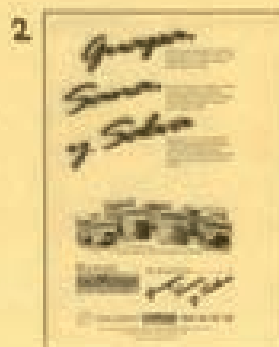
% Identifica en cada anuncio el estilo y el género publicitarios que se utilizan. ¿Cómo tiene que ser la mujer según el anuncio (1)? ¿Por qué crees que la mujer aparece en ese espacio? ¿Cuál es la posición, la postura y qué hace?

% "Guapa, sana y salva" (2). Así tiene que ser la mujer según *BioMasión*. ¿Y si no coincide con este estereotipo? ¿Por qué no está dirigido a los hombres? Busca otro tipo de publicidad donde se exprese tan explícitamente cómo debe ser la mujer.

% El anuncio del *Honda* (3) ¿a quién está dirigido?

¿Por qué se relacionan esos objetos con la mujer? ¿Qué tipo de objetos son? Busca otros anuncios y haz un mural donde expreses qué objetos se asignan a la mujer en la publicidad.

% ¿Cómo se cuida un cuerpo *Danone*? (4) ¿Qué significa exactamente *cuerpo Danone*? A través de la repetición, la marca ha introducido un nuevo concepto en nuestro lenguaje. Según los publicistas, cuando lo consigues, es que has hecho un buen trabajo. ¿Pero qué nos están diciendo en realidad con el *cuerpo Danone*?



## EL HOMBRE



5

% Este anuncio (5) ¿qué vende además de los pantalones? ¿Por qué les llama *jeans* cuando nuestra palabra en castellano es otra?

% "Dirty denim" (5). Describe a este chico. ¿Qué moda nos presenta? Tatuajes, pendientes, pantalón. Los chicos, normalmente, aparecen totalmente vestidos. Sin embargo, esto también está cambiando. ¿Por qué?

% En el anuncio del *Corte Inglés* (6), observa qué objetos

lleva el chico. Describe su físico y su actitud. ¿Qué estilo publicitario se utiliza?

% En el apartado de la mujer, analizaste un anuncio de *Civic Honda* (3). Fíjate en las diferencias del anuncio

cuando se dirige al hombre (7). ¿Qué objetos utiliza el hombre? ¿Qué simboliza cada uno y a qué clase social pertenecen? "Pómele", este slogan recuerda a una campaña de preservativos. Aquí, hace referencia a esta afirmación: Si todo lo que te pones es de diseño, ponte también un coche que combine. ¿Estás de acuerdo? ¿Qué otras lecturas se pueden hacer? Compara los objetos del hombre y los de la mujer. Lee la letra pequeña.

% Según la publicidad, desde hace años era la mujer la que tenía que estar delgada, nada se decía del hombre. Ahora, las marcas introducen al hombre con cuerpos en forma, pero poco a poco, al principio sólo enseñando el ombligo (8). Cambia la foto del chico y ponlo más gordo. ¿Qué pasa?



**MUJER Y HOMBRE**



9

10

11

12

“Su futuro es brillante”, “Su futuro le da tranquilidad” (9). Fíjate en el hombre y la mujer. ¿Qué hacen? ¿A dónde van? ¿Por qué? ¿Cómo van vestidos? Analiza las diferencias y concreta en los estereotipos que encuentres. ¿Qué nos están diciendo del presente? Según estos anuncios, ¿cómo tiene que ser el futuro? Refleja las expectativas de nuestra sociedad. ¿Qué vende Getronic? El futuro de estos personajes es brillante y seguro, pero la empresa nos hace una pregunta ¿qué respondes?

En *Dolce & Gabbani* (10), los estereotipos están muy claros, identifícalos. Ropa, posición, actitud, espacio. ¿Qué se vende? Fíjate en los envases del perfume. Describe el de la mujer y el del hombre. ¿Qué género

publicitario se está utilizando? ¿Qué nos está transmitiendo sobre la sexualidad? ¿Estáis de acuerdo? ¿Es real?

*Martini* (11) está creando una nueva forma de hacer publicidad. ¿Qué género utiliza? Describe al chico Martini y a la chica. En la televisión, nos muestran toda la historia que después plasman en una imagen fotográfica para los medios impresos. ¿Qué nos están diciendo? ¿Qué valores transmiten? ¿Qué hace la chica? En este anuncio, las diferencias entre el hombre y la mujer son grandes. Descubrelas y crea otro anuncio cambiando los papeles. Donde aparece la chica, pon un chico con las mismas características; donde aparece el chico, igual. ¿Crees que este nuevo anuncio vendería? ¿Por qué? Debate.

“Para nosotros, la cocina ha sido siempre un lugar lleno de vida” (12). ¿Qué lugar ocupan la mujer y el hombre? ¿Quién hace la comida? Es una fotografía antigua pero ¿qué nos dice del futuro? Analiza los roles y el gesto de los tres personajes.

Describe el anuncio de *Mirabishi* (13), primero la parte izquierda y después, por

separado, la derecha. ¿Por qué hace falta irse a donde nadie nos vea? Describe al hombre: posición, gesto, rol, aspecto y objetos. Después describe a la mujer y relaciónala con el hombre. Debate: ¿Este anuncio ¿puede ser humillante para las mujeres? ¿Qué nos está diciendo del coche? ¿Qué género y estilo publicitario utilizan para expresarlo?

13



**Educación para la igualdad entre sexos**

¿Cuáles son las profesiones de la mujer y cuáles las del hombre? Haced una mesa redonda donde uno modere y los demás se vayan posicionando sobre el machismo y el feminismo. ¿Cómo es en vuestra clase o en vuestra familia la relación hombre-mujer? ¿Qué hace tu madre en casa y qué hace tu padre? ¿Cuál es tu relación en el hogar? ¿Colaboras en las tareas? ¿Cuáles son los valores sobre los que se construye vuestra ciudad en relación al machismo - feminismo?

Busca más publicidad y analizad estos puntos: ¿Qué hacen madres e hijas? ¿y con los hijos? ¿Qué hacen padres e hijos? ¿y con las hijas? ¿Qué compran los hombres y qué compran las mujeres? Todo ello, ¿responde a la realidad?

Elaborad un manifiesto en el que os comprometáis en vuestras relaciones chicas - chicos. Pegadlo en la clase y haced revisiones cada trimestre.

A partir de estas actividades, los chicos pueden hacer un anuncio sobre la mujer en el mundo, vendiendo algún producto para ellas. Las chicas, al revés con los chicos. Después presentadlos en grupo grande y, entre todos, haced una publicidad en la que la igualdad de oportunidades sin discriminación del sexo sea lo central. Podéis utilizar recortes de otros anuncios, de revistas o de periódicos, fotografías, dibujos, etc. Dejad claro qué géneros y qué estilos publicitarios estáis manejando para que el objetivo de vuestro anuncio se cumpla.

<h2>Núcleos narrativo – temáticos</h2>	<h2>Preguntas</h2>
<p><b>4. Sus temas.</b></p> <p>—<b>Salir del barrio.</b> Ver primera secuencia ante el escaparate con publicidad de turismo estival; id. fantasía de fiesta exótica bajo el puente; id. escena del paso elevado sobre la carretera eligiendo cada cual su coche; id. la idea que tiene Manu de que saliendo del barrio como su hermano (eso cree) se puede triunfar rápidamente en la vida.</p> <p>—<b>El sexo.</b> En parte va incluido en el punto anterior. Lectura de las ofertas sexuales del periódico. Voyeurismo y masturbación en el edificio que vigila el hermano de Rai.</p> <p>Cada uno de los tres se ha fijado en una chica; Javi en la cajera del supermercado, Manu en la niñera mulata y Rai en la hermana de Javi que, a su vez, juega a provocarlo sin que el chico se coma una rosca; ella se lo monta a su aire (escena del coche en la plaza)</p> <p>—<b>La vida y la muerte.</b> Es decir, diversos temas que aparecen en sus conversaciones sin profundizar en ninguno.</p> <p>Se habla de la muerte a propósito de la madre de Manu y del robo en el cementerio.</p> <p>En cuando a la vida, lo que quisiera Manu es tener ya cuarenta años, un buen "curro", un buen coche, la familia organizada y las vacaciones con piscina y mujeres atractivas.</p>	<p>4. ¿Son temas distintos de los que podrían ocupar la atención de otros adolescentes de otras clases sociales?</p> <p>—¿Qué significa para ellos salir del barrio?</p> <p>—¿Cuáles son sus opiniones y sus referentes sobre el sexo: qué saben, qué oyen, qué ven...? ¿se trata del interés normal entre chicos de su edad? ¿qué papel juega en este caso Susi, la hermana de Javi?</p> <p>—Comentar la opinión de Manu sobre lo que entiende por instalarse en la vida: ¿un ideal mediocre? ¿qué secuencia ha precedido a esa explicitación de sus sueños para el día de mañana? ¿hay alguna relación entre la secuencia del encuentro con su hermano y los sueños pequeño burgueses de que habla?</p> <p>—Secuencia del cementerio: ¿Tienen ideas sobre la muerte o sólo ocurrencias? ¿Se le puede suponer algún sentido premonitorio a lo que dice Rai: —"Yo nací muerto"?</p>
<p><b>5. La amenaza</b></p> <p>Reunimos bajo este título escenas o datos que ponen serios interrogantes al futuro de estos chicos: Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>—La estación fantasma.</li> <li>—El antro de los drogadictos</li> <li>—La comisaría</li> <li>—La pistola</li> <li>—El policía</li> <li>—El enrejado del paso elevado</li> <li>—Rai caminando "sobre la cuerda floja"...</li> </ul>	<p>5. En el punto anterior Manu habla del futuro, pero ese futuro puede quedar en "vía muerta". Comentar esta frase a partir de las imágenes (caso de su hermano, id. de los sin techo en la estación fantasma)</p> <p>—La secuencia del paso elevado se repite dos veces. Fijados sobre todo en la primera, en sus planos y encuadres: ¿qué sugieren las rejas, los chicos tomados de espalda, sentados, inmóviles mientras los coches "huyen" fuera del barrio?</p> <p>—¿Cómo es la policía? ¿guardán del orden público al servicio de los vecinos o más bien a la defensiva de los vecinos? El hecho de que sea precisamente el que mata a Rai ¿es pura casualidad o permite un juicio más amplio sobre la actuación de algunas fuerzas del orden?</p> <p>—A propósito de la pistola que aparece varias veces en la película, ¿se podría decir que, en algún sentido, Rai se ha jugado la vida a la "ruleta rusa"? ¿Se podría relacionar esta pregunta con las imágenes en que Rai "camina sobre la cuerda floja"?</p>
<p><b>6. Epílogo</b></p> <p>Se repite la secuencia de los gitanos y la cabra. Los tres amigos contemplan el espectáculo. Rai hace el mismo comentario de la primera vez. Hablan de sueños. Javi dice que no recuerda los sueños.</p>	<p>6. ¿Es una secuencia "real" como la primera vez que aparece en la película?. ¿cómo se explica su inclusión al final, con qué sentido?</p> <p>—El que parece haber soñado más ha sido Rai (la lluvia de dinero y los gritos de coca-cola). Manu dice que tenía esos mismos sueños cuando era niño pero ya no. Y Javi dice que no recuerda los sueños: ¿y qué es lo que queda cuando se acaban los sueños?. ¿cómo es la realidad con que nos encontramos al final de la película?</p>

## Actividades de EXPERIENCIA, REFLEXIÓN y ACCIÓN en común

Por Pilar Mingote y Pedro Ruiz

Uno de los temas musicales de Barrio servirá de guía para estas actividades. La letra de *Hechos contra el decoro*, *Canción prohibida*, da pie para trabajar muchos de los contenidos de la película relacionados con los transversales (Educación para la igualdad de oportunidades, Educación para el consumo, Educación para la solidaridad, Educación moral y cívica). Así pues, subid el volumen de la música y...

### Canción prohibida

*"Camino en círculos concéntricos,  
no soy dueño de mis sueños,  
cada paso es un anhelo repetido,  
repiro cada paso,  
y así año tras engaño.  
El horizonte se estrecha,  
sé que alguien ha abierto brecha  
y ha escapado,  
saltó el muro y cruzó el barrio."*

*"Más allá de la autopista  
y de este cerco cotidiano  
hay salidas, lo he oído,  
se que existen cientos de metros despejados  
y sin un cristal en medio que me impida recorrerlos."*

*"No soy dueño de mis sueños,  
siempre están en la pantalla,  
son de otros y están lejos,  
nunca puedo retenerlos."*

1. ¿Qué sueños ofrece la publicidad? En el recorrido que hacéis a diario desde vuestra casa al colegio, ¿qué anuncios publicitarios veis? ¿Qué sueños os ofrecen y cuáles os atraen más?
2. Haced un anuncio publicitario para alguno de vuestros sueños (de esos que no se compran ni se venden) y que no aparecen en las revistas, ni en las vallas, ni en la televisión,...

*"Y otra vez el mismo mapa  
que me mantiene encerrado en un recorrido ciego,  
paso a paso, año tras año,  
estación tras estación, desengañado a desengañado."*

*"Hey cómo va,  
dime chaval cómo va,  
A quién le ha tocado tu parte,  
quién será el primero en disparar.  
Hey quién controla,  
quién maneja la bola,  
cuánto durará el paseo,  
quién puede parar la ola."*

1. Haced un panel en el que aparezcan los modos de organizarse la sociedad (estamentos, clases, castas) en distintas culturas y en distintos momentos históricos.
2. Analizad la relación que ha habido y que hay entre poder, cultura y riqueza. Cuando se han producido cambios en estas relaciones ¿cómo fueron?, ¿de quién fue la iniciativa?, ¿qué resultados se obtuvieron?

3. En la película aparece un anuncio de Teleempleo: ¿Hay alguna relación entre la educación recibida y las posibilidades de empleo? ¿Qué sabéis de las ONG's para el desarrollo?, ¿cuáles intervienen en el campo educativo pensando en los cambios sociales? Buscad información. Preparad una mesa redonda con el siguiente tema: "Educación y cambio social" ¿A quiénes invitaríais a participar?

*"Visto lo visto no te extrañe  
si me quedo frío tío,  
así es la vida de los míos."*

1. Seleccionad alguna situación de la película que os llame la atención, por ejemplo la fiesta "caribeña" que organizan. ¿Qué podéis aprender de cómo son Javi, Manu y Rai y de cómo son sus vidas? Figaros en los personajes, lo que hacen, lo que dicen, donde están, etc.
2. Intentad escribir la misma situación pero cambiando los personajes y el contexto. ¿Cómo sería esta fiesta caribeña si las protagonistas fueran tres chicas adolescentes? ¿Y cómo sería en el caso de personas adultas y de dinero? Representadlo en el aula.

*"Sal al barrio y da una vuelta  
y después ven y me narras si hay algo  
de lo que cuentan por la tele esos tan listos."*

1. En la película aparece con frecuencia la televisión. ¿Qué noticias da? ¿Son noticias que incumben a todo el mundo o a un grupo de personas determinado?, ¿quiénes? Según los telediaris, ¿cómo sería nuestra sociedad, nuestro país?, ¿es toda la verdad?
2. "La crónica de sucesos se cierra hoy con un lamentable accidente, la muerte de un joven en un barrio de la capital a causa de los disparos de un agente de policía. El joven, menor de edad, atende a las iniciales R.M.L. y tenía antecedentes judiciales por robo y tráfico de estupefacientes. Y en lo que se refiere a la actualidad nacional, continúa desarrollándose con total normalidad la operación retorno..." Teniendo en cuenta sólo los datos de la noticia facilitada por la televisión, ¿qué descripción harías de R.M.L.? ¿Qué dice la televisión de quién ha muerto, dónde, porqué y cómo? Comparadlo

con lo que tu sabes de Rai después de haber visto la película.

3. Realizad la siguiente encuesta en la clase: a/ ¿Qué periódicos y revistas leéis. b/ ¿Qué información buscáis o qué secciones leéis. c/ En qué lugares leéis. d/ Con quién leéis. e/ Creéis que es verdad todo lo que leéis. (Comparad vuestros resultados con los hábitos lectores de los protagonistas).

*"Desde luego no en mi fiesta,  
ni en la plaza donde paro,  
ni en el callejón oscuro donde las agujas  
tejen la mortaja de mi hermano,  
con arpía y algunos sueños arrancados de su pecho  
y clavados sobre un tablón en sus manos."*

*"Y estación tras estación,  
siempre la misma canción,  
Muertos en vida como fantasmas,  
Pero aún late un corazón que imagina,  
que destila frustración y trago quina."*

1. Utilizando distintos colores identificad sobre un plano de vuestra ciudad los distintos niveles sociales ("barrios") que hay en ella.
2. En diferentes columnas escribid: primero, los oficios y modos de ganarse la vida que aparecen en la película; segundo, los trabajos con los que sueñan Manu, Javi y Rai; tercero, las profesiones de vuestros familiares; cuarto, lo que vosotros queréis ser en el futuro. Averigüad cuál suele ser el salario medio de cada uno de los trabajos de la lista.

*"Pero aún leo en las esquinas  
la letra de una canción prohibida  
que dice que en esta vida  
todo lo que sabe baja,  
y que la cuerda se parte,  
y se raja la baraja  
si toda la mierda cae siempre  
de este lado de la balanza."*

1. Tal vez recordéis la canción Debajo del puente de Pedro Guerra ("... arriba del puente / están los de arriba y están los de abajo / que es menos que arriba / y luego está el puente / que es menos que abajo...")
2. Investigad sobre lo que son las canciones protesta. Busca algunos autores y algunas canciones. Aprende algunas de ellas.