

<https://doi.org/10.69639/arandu.v12i4.1779>

El uso del Cine Club como herramienta formativa en estudiantes de Comunicación y Mercadotecnia de la UAGro, en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero. México

The use of the Film Club as a training tool for Communication and Marketing students at UAGro, in the city of Chilpancingo, Guerrero, México

José Guadalupe Baltazar Torres
09072@uagro.mx
Universidad Autónoma de Guerrero

Miguel Ángel Carrada Vega
08858@uagro.mx
Universidad Autónoma de Guerrero
México

Ivone Veda Martínez Domínguez
11084@uagro.mx
Universidad Autónoma de Guerrero
México

Samuel Bautista Nava
12839@uagro.mx
Universidad Autónoma de Guerrero
México

Fernando Agüero Mancilla.
07758@uagro.mx
Universidad Autónoma de Guerrero
México

*Artículo recibido: 10 octubre 2025 -Aceptado para publicación: 18 noviembre 2025
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.*

RESUMEN

Actualmente, el cine tiene un papel fundamental en la educación como apoyo didáctico, ha tomado especial relevancia en las aulas universitarias, su utilización le ha permitido a docentes y estudiantes la mejor compresión de temas relacionados con su formación académica. Sin embargo, también es importante reconocer el papel que tiene en la formación social y cultural de los individuos, por ello, es importante la exposición de películas que muestran mensajes donde vemos representada nuestra realidad. El objetivo de este proyecto es promover el cambio psicosocial de los estudiantes, en su vida cotidiana ante la identificación de valores en los mensajes cinematográficos a través de problemáticas sociales de varias películas. Utilizando la teoría psicoanalítica cinematográfica de Christian Metz (libro: El significante imaginario. Cap. 1, p.p. 32-53; Libro: Principales teorías cinematográficas. Dudley Andrew p.p. 252) autor se elaboró una matriz de análisis crítico de los mensajes filmicos, encuesta no estructurada de preguntas

abiertas y observación directa, para identificar el cambio en el comportamiento en los estudiantes antes y después de ver las películas. De acuerdo con los resultados obtenidos hay una falta de autoestima y de incomprendión social en los jóvenes en su desarrollo personal; los estudiantes han comenzado el reforzamiento de su identidad, a través de la comprensión de los mensajes de cine por medio de un proceso lúdico y de reconocimiento, con lo visto en la pantalla aplicándolos en su vida diaria. La utilización del Cine como herramienta formativa y didáctica en todos los niveles educativos permitirá mejorar la práctica docente y contribuirá a reconstruir el tejido social de nuestro Estado y País.

Palabras clave: cine club, mensaje, educación, cultura, valores

ABSTRACT

Currently, cinema plays a fundamental role in education as a teaching aid. It has taken on special relevance in university classrooms. Its use has allowed teachers and students to better understand issues related to their academic training. However, it is also important to recognize the role it has in the social and cultural formation of individuals, which is why it is important to expose films that show messages where we see our reality represented. The objective of this project is to promote psychosocial change in students in their daily lives by identifying values in cinematographic messages of social problems in various films. Using psychoanalytic film theory, a matrix of critical analysis of film messages was developed, an unstructured survey of open questions and direct observation to identify the change in behavior in students before and after watching the films. According to the results obtained, there is a lack of self-esteem and social incomprehension in young people in their personal development; Students have begun to reinforce their identity by understanding the messages of cinema through a playful process and by recognizing what they have seen on the screen, applying them to their daily lives. The use of cinema as a formative and didactic tool at all educational levels will improve teaching practice and will contribute to rebuilding the social fabric of our state and country.

Keywords: film club, message, education, culture, values

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Atribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

El Cine se inventó a finales del siglo XIX, desde sus inicios se convirtió en un hecho cultural que define a nuestra época, es una forma de arte y espectáculo que ha retratado la historia colectiva de hombres y mujeres a lo largo de más de un siglo como una manifestación de sus vidas.

En años recientes el Cine, ha sido uno de los medios que más se ha beneficiado con la tecnología, hoy tenemos al alcance de nuestra mano una gran variedad de películas a través de las plataformas digitales en internet.

A mediados de los noventas el uso del cine en las aulas se incrementó de manera significativa reconociendo la importancia de este medio para ampliar los contenidos de los libros y permitiendo una mejor construcción del conocimiento.

El Cine tiene una función formativa que permite a los alumnos orientarlos sobre distintos procesos sociales principalmente en su etapa de adolescencia y juventud, la participación de los docentes en esta cuestión es fundamental ya que permite a los alumnos comprender mejor este proceso de crecimiento personal.

Los jóvenes universitarios se enfrentan hoy en día a encrucijadas personales en su camino a la edad adulta, muchos de ellos necesitan orientación fuera de las aulas. En este contexto es donde el cine demuestra su utilidad formativa, a través de las historias que vemos en las pantallas la juventud se identifica y reconoce lo que les sucede a los personajes, de esta manera obtiene un aprendizaje de vida que le permite crear un pensamiento complejo y con valores, el resultado es una experiencia lúdica con un gran significado personal. En el cine la exposición del conflicto que subyace en cualquier historia permite al espectador adherirse al mismo reconociéndolo como parte del suyo. Sangro, P. (2008, p.p.).

Este estudio se realizó fecha con estudiantes de 2do, 3er y 5to semestres principalmente de ambas carreras de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la UAGro de la ciudad de Chilpancingo, mediante el Cine Club FACOM, proyecto que consideramos necesario para ayudar a comprender nuestra realidad actual y generar en los estudiantes un pensamiento crítico, para tomar mejores decisiones en su vida personal, por medio de los mensajes cinematográficos, los cuales logran establecer un vínculo entre lo expuesto en la pantalla y su vida real.

La Hipótesis planteada es: Los estudiantes de los programas educativos de comunicación y mercadotecnia de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia, reconocen la importancia del Cine, como un medio que a través de sus mensajes les transmite valores y les permite identificarse con las situaciones/historias vistas en las pantallas, y que les orienta para toma de decisiones importantes en sus vidas.

Objetivo general

- Describir el impacto psicosocial de los mensajes cinematográficos en la vida de los estudiantes de Comunicación y Mercadotecnia ante películas de problemática social.

Especifico

- Analizar la construcción de un pensamiento crítico en los estudiantes al ver películas de problemática social.

Marco Contextual

El proyecto del Cine Club surge en el año 2019, como una actividad extracurricular de la Unidad de Aprendizaje “Apreciación Cinematográfica”, correspondiente a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC), y a iniciativa de un grupo de docentes de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia (FACOM) de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro), ubicada en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

Esta actividad, es importante como parte del análisis de la sociedad actual en la que están presentes diversos contenidos de algunas asignaturas de esta institución educativa, por lo que se hace uso del Cine para enriquecer el conocimiento entre los estudiantes, de ahí, que el objetivo principal del Cine Club es, ser un apoyo extracurricular que permita un crecimiento personal al estar expuestos los alumnos a historias que identifican con su experiencia de vida.

Cine Club

El Cine Club, está formado como una asociación de individuos que se dedican a la difusión de la cultura cinematográfica, organizan y proyectan películas con una determinada temática, con el fin de generar la reflexión entre sus espectadores. A través de los mensajes audiovisuales reconstruye tejidos sociales y crea lazos afectivos con las personas participantes de este proceso. Uranga, W. (2012, p.p.).

En la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la UAGro, se iniciaron las proyecciones en el auditorio de la institución, en este proyecto se seleccionaron temas como incomprendión, migración, tolerancia, soledad y falta de aceptación social; todas de temática juvenil.

Los estudiantes necesitan espacios de expresión que les permitan exponer sus miedos, deseos y anhelos, tratando de llevar una vida mejor, de ahí la importancia del Cine Club, que les permite ser un espacio de reflexión. Generando que sean personas con un mejor criterio para identificar problemáticas acordes a su edad y que les orienta en la mejor toma de decisiones en su vida personal y profesional.

MATERIALES Y MÉTODOS

La estrategia metodológica es una investigación cualitativa descriptiva, con un enfoque exploratorio Hernández, R. (2014, p.p), se utilizaron técnicas de observación directa y la encuesta no estructurada de preguntas abiertas Ander Egg, E. (2011, p.p). Estas herramientas permitieron

conocer de primera mano, el comportamiento de los participantes durante las proyecciones y posteriormente las reacciones de los participantes para evaluar el vínculo del Cine con sus experiencias de vida.

Para la explicación del estudio se utilizó la teoría psicoanalítica del cine de Metz (2001, p.p) quien atribuye que “la percepción filmica es una percepción real y no un proceso psíquico interno” y de Jacques Lacan (2011, p.p) quien considera al cine “como un dispositivo psíquico auxiliar capaz de constituirnos en sujetos y sumergirnos en las emociones que se juegan en los conflictos propuestos por toda historia audiovisual”

La recopilación de datos se realizó durante las proyecciones de películas en los meses de febrero, marzo, abril, mayo, oct y nov del 2024, empleando la observación directa no estructurada, mediante registro fotográfico y en video de las reacciones durante y al final de cada proyección, esta técnica nos permitió obtener la información tal y como está ocurriendo el fenómeno.

Para este artículo, se tomaron en cuenta sólo las actividades del año 2024, en el que se realizaron proyecciones de ciclos de cine con una temática diferente en cada uno de ellos, de febrero, marzo, abril, mayo, oct y nov del 2024 se proyectaron trece películas con una selección de temáticas de interés para los jóvenes, los ciclos presentados fueron sobre la situación de la infancia y la juventud en el mundo actual. Para la publicidad se utilizó carteles impresos que contenían la programación de las películas (fig.1), la plataforma de Facebook y la invitación grupo por grupo de ambas carreras por 5 estudiantes participantes y encargados de varias actividades del proyecto.

La participación de los estudiantes fue de un promedio de 80 asistentes por función, registrados mediante una hoja de registro, colocada en la entrada del auditorio, la mayoría correspondió a mujeres (60%) y el restante a hombres (40%) todos llegaban con una actitud positiva. Las funciones fueron realizadas fuera del horario escolar, al inicio de la actividad un docente fungía como coordinador, daba la bienvenida, presentaba a los integrantes del proyecto y hacia una introducción sobre el tema y la película. Durante la proyección dos estudiantes tomaban fotos y grabación en video de la reacción de los asistentes, la mayoría de ellos, eran grupos de estudiantes del mismo grado segundo y cuarto principalmente que se sentaban muy cerca, mostraban un vínculo de amistad y buena relación, otros eran de distintos grados y de ambas carreras, se observó la amistad entre ellos.

Las escenas mostradas en las películas todas ellas de problemáticas sociales, la migración o la falta de oportunidades y la aceptación social que genera angustias y traumas principalmente en los jóvenes, otro de los aspectos es la problemática familiar y la falta de comunicación con los padres, el alcoholismo y las traumas por conflictos bélicos, a la que se enfrentaban los personajes principales tenían un efecto en el ánimo de los jóvenes, había expresiones de rechazo o consideración sobre lo que percibían, al final de la proyección se les pedía que hicieran comentarios sobre lo que vieron en la pantalla. Los comentarios fueron diversos: se notó una

sensibilidad en la mayoría ante temas como soledad, abuso, falta de compresión y violencia, reconocían que en la vida real habían conocido a personas (amigos, familiares) que les ocurrió lo mismo.

Ciertos alumnos se comprometían a tener una actitud de solidaridad y de inclusión ante hechos percibidos en los mensajes de las películas y otros a cambiar su percepción, sobre las personas vulnerables, ser más resilientes y valorar el significado de la amistad.

Los comentarios sobre la selección de películas y la utilización del Cine Club, como apoyo didáctico tuvieron una valoración alta, algunos estudiantes consideran importante estas actividades, ya que les permite ampliar su visión sobre la solución de problemas sociales, conocer otros modos de vida y a identificarse con los personajes de las películas en cuanto a sus experiencias de vida. Varios un promedio de 8 a 10 cuántos de ellos, participaron activamente en las propuestas de temas en las presentaciones posteriores y otros solicitaron su inclusión para colaborar en las actividades, permitiendo con esto la continuidad del proyecto académico.

Otra técnica empleada, fue la encuesta de preguntas abiertas que respondieron los alumnos que asistieron de manera regular a la proyección de las películas un promedio de 35 a 60, esto nos permitió registrar la opinión y el cambio que hubo, en su percepción del mundo ante situaciones propias de su edad, se aplicaron 50 cuestionarios a estudiantes de las dos carreras con las que cuenta la Facultad y de distintos grados, de primero a cuarto. El cuestionario de 10 preguntas se les hizo entrega al finalizar el ciclo de películas en el auditorio de la escuela y a otros, se les hizo llegar mediante correo electrónico que proporcionaron en el registro de cada proyección.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados más importantes obtenidos del cuestionario aplicado a estudiantes de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia son los siguientes:

A la pregunta referente a la importancia del Cine Club en su formación profesional, la mayoría de los encuestados, consideran que es una actividad muy positiva. Las respuestas abarcan opiniones variadas, algunos consideran que la actividad les permite desarrollar sus habilidades comunicativas con sus demás compañeros, a través de lo que ven en la pantalla identifican problemáticas, que los llevan a reflexionar y generar un pensamiento crítico ante diversas situaciones, otros opinaron que es un incentivo para aumentar la cultura y conocer el arte por medio del cine. Las opiniones nos indican que después de participar en las actividades consideran al cine elemento fundamental en su desarrollo mental que les permite aprender disfrutando el cine.

Tabla 1*Importancia del cine en su formación profesional*

Códigos.	Categorías (mencionadas con mayor frecuencia).	No. de veces mencionada.
1	Identificación de problemáticas sociales.	20
2	Desarrollo de habilidades comunicativas.	15
3	Incentivo para aumentar la cultura.	10
4	Conocer el arte a través del cine.	5

Respecto a la pregunta: ¿Cómo consideran que les ha servido en su vida participar en el Cine Club? Las respuestas fueron: les permitieron mejorar como personas, volverse más sociables con las personas que los rodean y, de superarse en lo personal. La mayoría reconoce que el cine no sólo es un medio de entretenimiento, sino que es una herramienta que les permite un crecimiento personal, mejorando las relaciones principalmente con su entorno inmediato como lo es la familia, los mensajes cinematográficos los interiorizan y ayudan a consolidar su carácter.

Tabla 2*¿Cómo ha servido en su vida participar en las actividades del Cine Club?*

Códigos.	Categorías (mencionadas con mayor frecuencia).	No. de veces mencionada.
1	Mejorar como personas.	22
2	Ser más sociables.	17
3	Superarse personalmente.	11

Al preguntar sobre el aprendizaje adquirido, al ver las películas proyectadas, los estudiantes contestaron lo siguiente: conocieron más del lenguaje cinematográfico, tener una actitud fuerte ante las adversidades y formarse un criterio ante situaciones difíciles. Los alumnos consideran que este tipo de experiencias son fundamentales para tener un carácter fuerte, al reconocer las situaciones por las que pasan los personajes establecen un vínculo con su experiencia de vida.

Tabla 3*Aprendizaje adquirido al ver películas*

Códigos	Categorías (Mencionadas con mayor frecuencia)	No. de veces mencionada
1	Actitud fuerte ante las adversidades.	21
2	Formación de un criterio para resolver los problemas.	17
3	Conocer más del lenguaje cinematográfico.	12

Existen una gran variedad de cintas para utilizar en la Facultad, al preguntarle a los estudiantes sobre la selección de películas del Cine Club, las respuestas fueron las siguientes: han sido interesantes por el tema que tratan, son necesarios para la formación profesional, son de gran utilidad para el desarrollo personal. Con lo anterior se establece un conocimiento de la realidad actual y la forma en la que el cine permite estudiarla con mayor profundidad.

Tabla 4

Selección de películas proyectadas

Códigos.	Categorías (mencionadas con mayor frecuencia).	No. de veces mencionada.
1	De gran utilidad para el desarrollo personal.	18
2	Necesarios para la formación profesional.	17
3	Interesantes los temas tratados.	15

CONCLUSIÓN

En el presente estudio, se demuestra que la utilización del Cine en las escuelas es fundamental, no sólo como auxiliar didáctico, sino que se debe de valorar como un elemento capaz de contribuir al desarrollo personal de los jóvenes como en este caso, a través de un proceso lúdico se genera un vínculo de identidad y reconocimiento con lo visto en la pantalla.

Las técnicas empleadas en esta investigación cuáles, permitieron obtener la información necesaria para corroborar la hipótesis planteada, los resultados obtenidos demuestran la importancia de utilizar herramientas formativas para los estudiantes que vayan más allá de los conocimientos adquiridos en el aula, las experiencias de vida y el reforzamiento social no sólo se deben limitar a espacios como lo es el salón de clases.

El conocer culturas y formas de vida de otras partes del mundo, por medio de los mensajes cinematográficos, ayudan al reforzamiento de la identidad en los jóvenes, temas como la incomprendión social, la soledad y el desamor ayudan a ese propósito.

También es importante seguir generando espacios culturales de expresión juvenil que permitan una participación activa a todos los deseos de los estudiantes no sólo universitarios, como este caso, sino en otros ámbitos educativos.

Contribución

Consideramos que esta investigación permite que la experiencia que se implementó en los espacios universitarios sea experimentada en otros niveles educativos, como el nivel Medio Superior, donde existe una mayor inquietud en los adolescentes, para que de esta manera sea un recurso viable, no el único, utilizado por los profesores en su práctica docente de manera cotidiana y ayude a reconstruir el tejido social del país.

REFERENCIAS

- Ander Egg, Ezequiel. (2011). Aprender a Investigar. Editorial Brujas. Argentina. (PDF)
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf.pdf>
- Bordwell, David. Thompson Kristin. (2003). Arte Cinematográfico. McGraw Hill Interamericana. México.
- Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Pilar. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. McGraw Hill. México.
- Lacan, Jacques. (2011). La hipótesis de los tres registros: simbólico, imaginario, real. Anuario de Investigaciones, vol. XVIII. p.p. 123-132. Universidad de Buenos Aires. Argentina. (PDF)
<file:///C:/Users/core%20i7/Downloads/DOCS.%20CINE/Lacan%20psicoanalisis.pdf>
- Metz, Christian. (2001). El Significante Imaginario: Psicoanálisis y Cine. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona. España.
- Sangro Colón, Pedro. (2007) El cine en el diván: Teoría Fílmica y Psicoanálisis Facultad de Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca (España). (Archivo PDF)
<file:///C:/Users/core%20i7/Downloads/109-Texto%20del%20artículo-240-3-10-20170524.pdf>
- Uranga, Washington. (2012). Perspectiva Comunicacional. Cuadernos de cátedra. (Archivo PDF)https://perio.unlp.edu.ar/sistemas/biblioteca/files/Uranga_Washington_Uranga_W._Cuaderno_de_catedra.pdf