

EL TRABAJO CON PELÍCULAS EN PSICOTERAPIA

Jesús García-Martínez y David Moreno-Mora

Universidad de Sevilla.

jgm@us.es, dabilito37@hotmail.com

This paper shows the last innovations in the use of movies as therapeutic device during the last years, well as complete movies or just as scenes. Several different aspects of the use of movies are presented: usefulness for alliance establishing and their power as metaphors in narrative therapies. We offer a brief guide about how implementing these techniques too.

Keywords: movies, scenes, therapeutic alliance, metaphors.

Introducción

Las películas, del mismo modo que puedan serlo libros, comics, canciones o relatos cortos, son valiosísimas herramientas de significado con las que todo el mundo está familiarizado y a las que es muy fácil acceder, ya que cada semana hay numerosos estrenos cinematográficos, diariamente se emiten películas por televisión y casi todos tenemos en casa nuestra filmoteca particular. Este hecho no ha pasado inadvertido para autores como Hesley y Hesley (1998) o Solomon (1995, 2001) que utilizan el procedimiento de asignar las películas como tarea para casa para optimizar el tiempo de terapia o que, como Ulus (2003), usan las películas en terapia de grupo. En la literatura anglosajona esto es denominado *video-work* (Hesley y Hesley, 1998), en castellano se puede utilizar la expresión *trabajo con películas*. Es una estrategia terapéutica que sirve para reforzar y acelerar aspectos claves de la terapia como ofrecer esperanza y aliento, reformular problemas, proporcionar modelos a seguir, identificar y reforzar fuerzas internas, potenciar la emoción, mejorar la comunicación y ayudar a los clientes a clarificar su escala de valores.

Berg-Cross, Jennings y Baruch (1990) informan que las películas dan a los clientes profundos insights sobre sus dilemas vitales, un profundo conocimiento de su personalidad y crean unas metáforas terapéuticamente significativas, ayudando

a definir los aspectos centrales del problema. Por otra parte, Mangin (1999) afirma que si las películas tienen la potencialidad de generar conductas negativas en las personas, por ejemplo, inducir a la violencia, lógicamente su buen uso tendrá la potencialidad de promover conductas positivas. En realidad, esto no es más que una aplicación directa de los principios del aprendizaje social (Bandura y Walters, 1970).

Las películas también han sido utilizadas desde una perspectiva que liga directamente su uso al análisis de significados, como ocurre en las terapias de orientación constructivista. García-Martínez, Domínguez-Urquiza y Martínez-Andreu (2000) realizaron un estudio razonado del contenido de películas enteras o fragmentos de ellas buscando la adecuación para algunos aspectos de la terapia narrativa. En dicho estudio muestran una lista de actos de las terapias narrativas y dan algunos ejemplos de películas y escenas que podrían ser adecuadas para ilustrarlos.

Introducir películas en el proceso terapéutico ofrece diversas ventajas. Una es usar el componente lúdico que tiene ver cine como herramienta para motivar al cambio, el hecho de ser una tarea novedosa y atractiva sorprende a los clientes, les causa curiosidad y hace la tarea de fácil cumplimiento ya que la gente está acostumbrada a ver películas, requiere menos tiempo que leer un libro y es más agradable y menos amenazante que hacer registros. Por otro lado, las películas se pueden ver con la familia o la pareja incluso si no participan en la terapia, lo cual puede conducir a conversaciones productivas dentro del seno familiar. Además, no es necesario utilizar una jerga o lenguaje especializado para hacer la tarea, ya que no hace falta ser un experto para analizar el contenido emocional de una película puesto que cualquiera está familiarizado con el lenguaje cinematográfico, es más, las películas llegan a formar parte de nuestro propio lenguaje. Por último, también ayudan a tender un puente con el terapeuta, facilitando la alianza terapéutica a través de la tarea cooperativa de hablar sobre la película. Para Hesley y Hesley (1998) trabajar con películas ofrece ventajas desde el principio de la terapia y no es más complicado que cualquier otra aproximación. Después de todo, las películas son una parte predominante de nuestra cultura popular y de la vida de los clientes. Payne (2000) remarca el poder universal de los relatos, siempre estamos escuchando historias sobre las experiencias de los demás, durante la infancia leemos cuentos, cuando somos mayores, vemos series de televisión y películas, de forma que siempre estamos en un ambiente cargado de narratividad y esa narratividad es muchas veces fílmica.

Por otro lado, la investigación experimental ha comprobado algunos hechos que permiten justificar el uso de películas como herramienta terapéutica. Se sabe que los seres humanos tendemos a atribuir intencionalidad a cualquier objeto animado o aparentemente animado, de modo que consideramos que las luces de un anuncio se mueven (cuando no hacen más que apagarse y encenderse de forma

sucesiva) o que los componentes de la cabecera de un anuncio visual lo hacen también (por ejemplo, si dos sillas en ese anuncio se mueven de forma graciosa y armónica, consideramos que bailan). Este efecto queda ya establecido en la infancia; por eso, los niños y niñas atribuyen humanidad a los personajes antropomorfos de los dibujos animados (O'Neill y Shultis, 2007). Por tanto, es muy fácil atribuir intenciones, deseos y semejanza a los personajes de las películas. Las historias que se cuentan en las películas, cuentos u obras literarias se convierten en instrumentos para la socialización y el aprendizaje porque enseñan a entender la mente de los demás y constituyen una herramienta valiosísima para el desarrollo del proceso conocido como "*teoría de la mente*", una de las herramientas fundamentales para establecer la empatía y la relacionalidad entre humanos (Wimmer y Penner, 1983). Si sabemos leer la mente de un personaje de ficción, aprendemos a entender el comportamiento de alguien en la vida real. Estas historias generan un entrenamiento para la vida social real y ha sido comprobado que las personas con mayor capacidad de disfrute y conocimiento de narrativas de ficción muestran mayores niveles de empatía y mejores habilidades sociales (Mar, Oatley, Hirsch, de la Paz y Peterson, 2006). Igualmente, las personas con mayor capacidad empática se identifican más con los personajes de las historias que escuchan o ven. De hecho, la experiencia con una clase de historia hace que la identificación con los personajes de una historia de la misma clase sea mayor (Green, 2004), así que parece que las narrativas contribuyen al desarrollo de la empatía y viceversa.

Por otra parte, los estudios sobre personalidad están empezando a considerar el efecto que los medios de comunicación, especialmente los relacionados con la cultura popular, como los comics o el cine, aportan una serie de significados que contribuyen a elaborar la identidad de los individuos (McAdams, 1993; 1995). En ese sentido, el uso del trabajo con películas puede aportar nuevos datos y experiencias en la reelaboración identitaria que se lleva a cabo en psicoterapia.

Dos parecen ser las variables mediadoras más relevantes tanto para crear como para disfrutar de las historias, la empatía y la creatividad. La empatía es una variable afectivo-cognitiva que está destinada a comprender el estado emocional de los otros y esa dualidad se ha comprobado tanto en estudios de carácter psicométrico (Mestre, Frias y Samper, 2002) como narrativos (Kerem, Fishman y Josselson, 2001). Siguiendo el marco de la psicología narrativa, hay clara evidencia de que el uso y elaboración de historias personales mejora la relación empática de profesionales de la salud con sus usuarios (Deen, Mangurian y Cabaniss, 2010; Kempainen, Bartels y Veach, 2007), así como que la elaboración de historias posibles pero ficticias mejoran el grado de comprensión empática y las relaciones interpersonales entre profesores que trabajan juntos (Norman, Ambrose y Huston, 2006). Si estos resultados se unen al hallazgo ya citado de Mar et al. (2006) de que las historias de ficción promueven la empatía y mejoran la comprensión de la teoría de la mente, se dibuja un escenario en el que el uso de historias interpersonales con contenidos

cognitivo-afectivos como son las películas son una buena herramienta para la mejora de las relaciones de empatía, objetivo básico en la psicoterapia; igualmente, las personas con mayor empatía, usarán las películas de una forma más útil. En cuanto a la actividad práctica que supone el trabajo con películas y sus relaciones con las narrativas terapéuticas, la investigación narrativa ha demostrado que el componente más relevante para generar un sentido empático en las narrativas son los componentes añadidos entre una primera y una segunda lectura del material (Komeda, Nihei y Kusumi, 2005), al menos en la producción de narrativas leídas, probablemente este proceso ocurre también en cualquier narrativa, incluyendo la terapéutica y la cinematográfica.

En cuanto a la creatividad se trata de una variable peor definida que la empatía, ya que distan de estar claros la totalidad de sus componentes (flexibilidad, capacidad asociativa, imaginación, curiosidad, entusiasmo, persistencia, etc.; Churba, 2005; Kaufman y Stenberg, 2010). En todo caso, se trata una capacidad cognitiva de alto nivel que va más allá de la simple complejidad cognitiva y que reúne también facetas motivacionales y conativas. Hay evidencia empírica de que las personas con alta creatividad expresan sus emociones con mayor facilidad y de diferentes maneras (Gutbezahl y Averill, 1996), lo que indica que las personas más creativas posiblemente captarán mejor la expresión emocional en las películas. Por otro lado, un componente básico de la creatividad son las conversaciones que el autor o autora tiene con su obra (Bar-On, 2007) y se sabe que la mayor parte de las respuestas creativas tienen un componente relacional, en este sentido, las conversaciones terapéuticas, especialmente las de tipo grupal, promoverán un mejor aprovechamiento de las escenas de películas incrementando la creatividad de las respuestas y análisis generados a partir de ellas.

La alianza terapéutica.

Uno de los principales factores comunes de las diversas orientaciones es la importancia vital que otorgan a la relación terapéutica, definida por Gelso y Carter (1985) como “los sentimientos y actitudes que cada uno de los participantes tiene hacia el otro y la manera en que estos son expresados”. La relación terapéutica es un aspecto imprescindible del proceso terapéutico, ya que es la responsable del 30% de la varianza del cambio del cliente (Lambert, 1992), siendo el factor más explicativo del mismo. De modo que la calidad de la alianza resulta ser un aspecto determinante para la eficacia de la terapia (Corbella y Botella, 2004). En la misma línea, Safran y Muran (2005) destacan que los casos con pobres resultados terapéuticos muestran una mayor evidencia de procesos interpersonales negativos que los casos con resultados favorables, de modo que las diferencias en la habilidad terapéutica parecen ser más importantes que la modalidad terapéutica y cuanto más eficaz parece ser el terapeuta más capaz es de facilitar el desarrollo de la alianza terapéutica.

Dada la importancia de la alianza terapéutica en el proceso de mejora del cliente está más que justificado el uso de herramientas que ayuden a establecer dicha alianza y el cine puede ser un medio de conseguirlo. Berg-Cross, Jennings y Baruch (1990) mantienen que el cine ayuda a establecer alianza terapéutica “*por crear un puente común de entendimiento entre la angustia del cliente y la empatía del terapeuta*”, es decir, las películas hacen más profunda la alianza terapéutica al proveer de una experiencia común y por colocar a cliente y terapeuta en un nivel más cercano, de modo que los aspectos autoritarios indeseables de la relación terapéutica son atenuados por el trabajo con películas. Dicho de otra manera, los clientes asumen que un terapeuta es un experto si está haciendo terapia, pero lo percibe como un igual cuando están hablando de películas. Esa mayor cercanía genera una mayor colaboración ya que facilita la construcción común y cooperativa de la experiencia. Wedding y Niemeck (2003) describen el caso de un cliente resistente al cambio y con el que la relación terapéutica avanzaba muy lentamente. Este empezó a abrirse en el momento en el que se introdujo en la terapia el uso de películas de Ingmar Bergman, cineasta sueco con el que el cliente se sentía muy identificado al ser de su misma nacionalidad y por la temática y profundidad de su filmografía, muy acordes con la personalidad del cliente.

El poder de la metáfora.

Las metáforas son formas habituales del habla pragmática (Lakoff y Johnson, 1980), a través de las mismas se logra dar sentido a experiencias novedosas de la vida cotidiana, atribuyendo las características del significante (el elemento metaforizador) al significado (el nuevo hecho con el que nos encontramos). Esta capacidad de asimilación del lenguaje ha sido profusamente utilizada en psicoterapia, tanto en el uso directo de cuentos o fábulas (Burns, 2003), como en la sugestión de instrucciones (Erickson y Rossi, 1981) o la creación de metáforas personales como estrategia de la terapia narrativa (Gonçalves, 2002).

La metáfora es una poderosísima herramienta de significado que, por supuesto, podemos extraer de las películas. Los clínicos usan metáforas para tocar áreas sensitivas e ir más allá del material consciente que el cliente identifica en las sesiones terapéuticas. Gafner y Benson (2003) definen las metáforas como puentes que indirectamente fomentan un diálogo abierto sobre asuntos que los clientes tienden a rehuir cuando están incómodos.

Para Mangin (1999), el impacto de las películas opera más en un nivel emocional que intelectual, ayudando a reducir la represión y otros mecanismos de defensa, además tiene la ventaja de permitir tratar de forma indirecta material que es difícil abordar de forma directa, para lo cual es preferible trabajar a un nivel más metafórico que literal. Si el contenido de una película se asemeja demasiado a la vida del cliente esto puede activar ciertos mecanismos de defensa que pueden interferir en el proceso de la terapia (Sharp, Smith y Cole, 2002). Por ejemplo, en un caso de

abuso de sustancias sería arriesgado utilizar una película como *28 días* (Thomas, 2000) o *Trainspotting* (Boyle, 1996) en la que los protagonistas abusan de drogas repetidas veces, ya que esto podría facilitar defensas en el cliente. Sin embargo si usamos la película *Entrevista con el Vampiro* (Jordan, 1994) estaríamos acertando, al tratar el abuso de sustancias de forma metafórica. En esta película la sangre sería la sustancia y la película explora el efecto devastador de la sustancia en la vida de los protagonistas (Sharp, Smith y Cole, 2002). En la misma línea, por ejemplo, en un problema de relaciones padre-hijo sería más beneficioso utilizar *El Imperio Contraataca* (Kershner, 1980) que una película que trate literalmente el tema; o para explicar los cambios que se sufren en la adolescencia, usar como metáfora la transformación del protagonista de *Spider-man* (Raimi, 2002), el cual experimenta dicha metamorfosis en la privacidad de su cuarto ocultándose de sus tíos.

Las metáforas, al suponer un acercamiento más indirecto a la situación del cliente, estimulan tanto el pensamiento creativo como las emociones, evitando que el cliente racionalice e intelectualice el mensaje en demasía. A través de las metáforas cinematográficas podemos sugerir soluciones a problemas, plantar las semillas para el crecimiento, reformular situaciones y proveer una situación común entre cliente y terapeuta (Sharp, Smith y Cole, 2002).

Las películas dan *insights* tanto cognitivos como emocionales, los primeros dicen al cliente lo que debe hacer, los emocionales dan motivación hacia el cambio en forma de esperanza y aliento. Ejemplo de estos últimos nos los podemos encontrar en el “*Carpe Diem*” de *El club de los poetas muertos* (Weir, 1989) o el concepto de “*La fuerza*” de *La Guerra de las Galaxias* (Lucas, 1977) (Wedding y Niemec, 2003).

Otras aplicaciones.

El uso clínico de películas ha tenido diversas aplicaciones fuera del ámbito de la psicoterapia individual. A continuación, se citan algunos trabajos en los que el uso de películas se aplica de forma colectiva con un fin concreto. Powell, Newgent, & Lee (2006) utilizaron el visionado guiado de una película, como ejemplo psicoeducativo, para aumentar la autoestima de adolescentes con problemas emocionales que participaban en un grupo de habilidades de afrontamiento, encontrando que el grupo que utilizó la película durante todo el programa, obtuvo mejores resultados que los demás grupos; Garry, McDonald, Rey, & Rosen (2002) evaluaron si la visión de determinadas películas, influía en las actitudes de estudiantes de medicina hacia la terapia electroconvulsiva; Gelkopf, Gonen, Kurs, Melamed, & Bleich (2006) estudiaron el efecto de películas cómicas en pacientes de esquizofrenia; y Moreno-Mora y Garcia-Martinez (2010) realizaron un estudio en el que estudiaron el uso de escenas de películas como herramienta en la formación de terapeutas noveles, encontrando que los sujetos que visionaban escenas potencialmente terapéuticas emitían más respuestas de escucha y actos

terapéuticos que los que veían escenas sin potencial terapéutico durante la celebración de una sesión de recogida de datos participativa que seguía los criterios de un grupo de transacción interpersonal (Neimeyer, 1988).

Una breve guía para el trabajo con películas en psicoterapia.

El simple hecho de ver una película no se puede considerar terapia (Sharp, Smith y Cole, 2002). El trabajo terapéutico con películas es diferente del visionado por puro entretenimiento. El espectador normalmente se fija más en el guión de la película y menos en el desarrollo de los personajes. Un cinéfilo se centrará más en el montaje, la interpretación, el uso de técnicas de rodaje o de fotografía, pero nada de esto es terapéutico. El trabajo terapéutico con películas, ya sea en terapia individual, familiar o de parejas (Hesley y Hesley, 1998; Solomon, 1995, 2001) o mediante clips en terapia de grupo (Ulus, 2003), se concentra en los personajes, en las relaciones entre ellos y en su evolución a lo largo de la película, es decir, es un trabajo centrado en los significados sobre personas y relaciones que emanan de la película.

Estos autores sugieren que en cualquier visionado de una película, ya sea por entretenimiento o de forma terapéutica, el espectador se puede sentir identificado con uno o más personajes, pero la particularidad del trabajo terapéutico con películas es que se insta al cliente a que esta identificación sea más compleja, es decir, se le pide que encuentre similitudes entre lo que le pasa al personaje de ficción y su situación personal, que identifique pensamientos, emociones y conductas de dicho personaje, si estas se asemejan a las que el mismo siente, si es posible actuar de forma similar o diferente a lo que aparece en la película en función de si es adaptativo o no, etc (Solomon, 1995, 2001). En definitiva, la película o la escena se utiliza como herramienta, en realidad, como una narrativa sobre la cual elaborar nuevos significados a través del uso de técnicas propiamente terapéuticas como la inducción de un estado de observación, la generación de aspectos relacionados con los escenarios de conciencia (subjetivación) o de acción (objetivación), siguiendo procedimientos típicos de las terapias narrativas (García-Martínez, en prensa; Gonçalves, 2000; Guidano, 1999; White, 2007).

Antes de utilizar películas en terapia, el terapeuta debe acostumbrarse a ver películas de forma terapéutica y no por entretenimiento. Para ello debe elegir un problema propio (pasado o presente), una película adaptada a dicho problema y si es posible ver y comentar la película con otra persona. Una vez hecho esto, debe plantearse a sí mismo el mensaje que le envía la película, qué cuestiones le sugiere y qué soluciones le ofrece. Posteriormente debe prever las preguntas que haría a un cliente sobre dicha película (Hesley y Hesley, 1998).

Una vez que se familiarice con este tipo de acercamiento debe recopilar una serie de títulos que puedan ser aplicados en terapia sobre diferentes problemas. Aunque no existe una fórmula exacta a modo de “libro de cocina”, para seleccionar

títulos podemos enumerar una serie de condiciones que deben reunir estas películas. A continuación, se enumeran los requisitos que deben cumplir los títulos seleccionados, aplicados a la película *Beautiful girls* (Demme, 1996) sobre un caso de miedo al compromiso:

1. Un personaje que sea un buen modelo: El protagonista es un varón de unos 30 años con las preocupaciones propias de esa edad (establecerse económicamente, comprometerse o no con su pareja, etc.).
2. Debe estar relacionada con el problema del cliente: La acción se centra en un grupo de amigos que tienen en común el hecho de no terminar de comprometerse con sus parejas ni de abandonar un estilo de vida más propio de la adolescencia.
3. Adaptada a los gustos y preferencias del cliente. Es una película divertida, entretenida y con actores muy conocidos para cualquiera.
4. Deben aparecer personajes resolviendo problemas: El protagonista consigue vencer sus miedos e inseguridades dando un paso de gigante hacia la madurez.
5. Para evitar posibles mecanismos de defensa, ciertas cuestiones deben aparecer tratadas en forma de metáfora y no directamente en la forma del problema del cliente: La metáfora sobre *Winnie the Pooh* y *Christopher Robin* para explicar la relación entre el protagonista y una adolescente.
6. Contar con escenas que evoquen emociones en el cliente: Uno de los personajes se lamenta de que su vida es muy diferente a como él pensó que sería, mientras pide perdón a su novia por haberla hecho sufrir, fruto de su inmadurez.

Antes de asignar una película como tarea para casa hay que preparar al cliente, aclarando posibles contenidos que puedan resultar ofensivos (violencia, sexo, etc.) y así evitar posibles complicaciones. En la siguiente sesión, cliente y terapeuta deben discutir sobre el mensaje que transmite la película y que soluciones o interrogantes aporta.

A continuación se enumeran ejemplos de diversas situaciones que se pueden presentar en terapia junto con títulos de películas que pueden responder a esas demandas:

Terapia de familia. *Gente Corriente* (Redford, 1980): Una familia fracturada por la muerte de uno de los hijos en un accidente de barco. El hijo que sobrevive se siente culpable, su madre no es capaz de quererlo como él necesita y el padre no consigue que todos permanezcan unidos.

Desempleo. *Los lunes al sol* (León de Aranoa, 2002): Unos obreros han sido despedidos de una fábrica y se encuentran sin empleo, algunos de ellos con una edad a la que es difícil encontrar trabajo.

Adolescentes. *El club de los cinco* (Hughes, 1985): Cinco adolescentes muy diferentes entre sí permanecen un sábado castigados en su instituto por

motivos diferentes. Durante su encierro hablan de sus vidas.

Vejez. *Solas* (Zambrano, 1999): Una mujer soltera y embarazada, se encuentra sin rumbo y sólo encuentra consuelo en la bebida. Su madre y un solitario vecino jubilado salen en su ayuda.

Jubilación. *El verdugo* (García Berlanga, 1963): Un verdugo que se va a jubilar intenta transmitir su legado al marido de su hija.

Abuso de sustancias. *Días de vino y rosas* (Edwards, 1962): Una pareja que tiene serios problemas de abuso con el alcohol.

Estrés post-traumático. *Fearless (Sin miedo a la vida)* (Weir, 1993): Un hombre sobrevive a un terrible accidente de avión. Después no es capaz de volver a su vida anterior y se dedica a ayudar a otros supervivientes, dejando en un segundo plano a su mujer y a su hijo.

Dar esperanza y aliento. *Cadena perpetua* (Darabont, 1994): Un hombre es encarcelado por un delito que no ha cometido. A pesar de los horrores de la cárcel, nunca deja de ser él mismo ni pierde la esperanza, consiguiendo hacer cosas por sí mismo y por los demás.

Problemas de integración escolar. *La clase* (Cantet, 2008): un joven profesor de lengua francesa en un instituto difícil, situado en un barrio conflictivo.

Otros tipos de acercamiento al trabajo con películas se han hecho desde la terapia narrativa. En el trabajo realizado por García-Martínez, Domínguez-Urquiza y Martínez-Andreu (2000) se ofrecen diversos títulos de películas que responden a diferentes hechos en terapia narrativa, ya sean fragmentos de estas o películas enteras. A continuación se ofrecen correspondencias entre dichos hechos y películas:

1. Externalización (los problemas son hechos o significados, no la persona). En *La Misión* (Joffé, 1986) un soldado que ha matado cientos de inocentes intenta salvarse desde su culpa cargando con todas sus armas.
2. Denominar el cuadro (identificar el problema). En *American Beauty* (Mendes, 1999) un hombre habla sobre su insatisfactoria vida matrimonial.
3. Deconstrucción (cambiar el significado del problema). En *Pequeña Miss Sunshine* (Dayton y Faris, 2006) la adolescencia se replantea como un periodo de crecimiento personal, como una oportunidad para formarse.
4. Relación con el problema (qué ocurre cuando la persona tiene el problema). En *Cosas que nunca te dije* (Coixet, 1996) una mujer necesita una marca específica de helado para afrontar sus problemas sentimentales. En *Magnolia* (Anderson, 1999) un hombre homosexual se quiere implantar la misma prótesis dental que el camarero del que está enamorado.
5. Desarrollar nuevas historias (otros hechos o significados que la persona puede crear). En *Tomates verdes fritos* (Avnet, 1991) una mujer exterioriza a su desatento marido los cambios que quiere hacer en su vida mientras

remodela la casa en la que viven tirando una pared abajo.

6. Buscar metáforas (el significado íntimo y profundo). Al principio de *Annie Hall* (Allen, 1977) el protagonista cuenta varios chistes que son una metáfora del sentido que él da a su vida.

7. Explorar recursos (qué puedo hacer yo para superar mis problemas). En *Martín (Hache)* (Aristarain, 1997) un adolescente no sabe qué hacer con su vida, y los adultos que le rodean intentan ofrecerle alternativas.

8. Explorar significados (Qué significa el problema para mí: pensamientos y emociones). En *Beautiful girls* (Demme, 1996) un hombre habla a una amiga sobre su miedo al compromiso y los sentimientos que ello le causa.

Igualmente, dan algunos ejemplos de películas que pueden facilitar los diferentes pasos de la terapia cognitivo-narrativa (Gonçalves, 1994). Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Recuerdo: se refiere a la capacidad para identificar elementos episódicos de la experiencia. Películas que cuentan una vida como *Ciudadano Kane* (Welles, 1941), *Forrest Gump* (Zemeckis, 1994) o la escena de *Annie Hall* (Allen, 1977) en la que el protagonista habla de su infancia.
2. Objetivación: consiste en la exploración de la multiplicidad del mundo sensorial. La escena de las codornices en *Como agua para chocolate* (Arau, 1992) o la preparación de la receta en *Chocolat* (Hallström, 2000).
3. Subjetivación: definida por la capacidad de identificar la variedad de experiencias internas, emocionales y cognitivas. Un taxista describe las emociones y sentimientos que experimentó cuando murió su hija en *Noche en la tierra* (Jarmusch, 1991).
4. Metaforización: respecto a la diferenciación de significados de la experiencia. En la película *Pleasantville* (Ross, 1998) se retrata un mundo represivo en el que todo es en blanco y negro, y cada vez que alguien se atreve a experimentar sus sentimientos se vuelve de color.
5. Proyección: la elaboración de posibilidades alternativas para narrativas de futuro. En *Tomates verdes fritos* (Avnet, 1991) una mujer mayor ofrece diferentes perspectivas de futuro a una mujer de mediana edad.

Como se vio anteriormente en el estudio de Moreno-Mora y Garcia-Martinez (2010), el trabajo con películas también se puede realizar de forma colectiva, complementando el visionado de las películas o escenas de ellas con el posterior desarrollo de un Grupo de Transacción Interpersonal (GTI, Neimeyer, 1988). Se trata de una técnica de trabajo grupal que busca inducir nuevos significados a través de la revisión de mi experiencia y de las experiencias aportadas por los otros componentes del grupo, es decir, se trata de un aprendizaje de tipo colaborativo. El trabajo en grupo se inicia con el visionado de una película o un montaje de escenas de diferentes películas que tratan sobre un tema concreto a trabajar en la sesión; seguidamente, se lleva a cabo un trabajo diádico en el que todos los participantes

hablan por parejas con todos y cada uno de los miembros del grupo sobre el mensaje que transmite el estímulo cinematográfico y finalmente se acaba con un trabajo de todo el grupo en sesión conjunta sobre la película o escenas de película, usando como material el obtenido en la rueda de diadas. Dado que el GTI produce una interacción eficaz entre los participantes, es un modelo de trabajo adecuado para poder trabajar las construcciones de los sujetos sobre las películas. El grupo comienza a trabajar compartiendo significados y después se centra en diferenciar nuevos significados y en incluirlos dentro del sistema de cada uno de los miembros. Este mismo procedimiento podría ser útil no ya para el entrenamiento de terapeutas noveles, sino para la promoción de cambios en clientes en terapias de grupo en los que se combine el trabajo con películas con el formato de co-construcción de significados que se realiza durante las sesiones de transacción.

El uso de escenas de películas en terapia de grupo también ha sido usado por autores como Ulus (2003), según el cual, los sujetos procesan e interiorizan lo visto en los clips adaptándolo a su propia realidad, dando lugar a enriquecedoras discusiones dentro del grupo en el que el terapeuta sería un moderador que plantea preguntas y las escenas harían la función de coterapeuta/educador.

Conclusiones.

Como se ha visto, el uso terapéutico de escenas de películas ofrece múltiples utilidades que bien aprovechadas pueden constituir una poderosa herramienta para el cambio del cliente. Son ya útiles desde las primeras sesiones, ya que el trabajo con películas facilita el establecimiento de la alianza terapéutica, aspecto fundamental para que la terapia prosiga y sea efectiva. Las películas pueden sacar a la luz material escondido, constituyendo lo que para Payne (2000, pp.) serían “*los indicios de un potencial relato alternativo que podría cobrar importancia si es contado y empleado para explorar la experiencia de la persona. Estos indicios son puntos de un gráfico que no ha sido trazado o, más bien, puntos de partida y de paso para construir una narración alternativa frente a aquella otra saturada del problema con la que la persona ha empezado la terapia. Cuando la persona advierte inequívocamente que uno de estos indicios es importante para ella, dejan de ser sólo indicios y se convierten en desenlaces inesperados*”. En definitiva, siguen los criterios de una trama o mapa narrativo habitual en las terapias narrativas (White, 2007).

La utilidad del uso de películas o escenas en terapia está avalada por los trabajos acerca del fomento de la empatía y la creatividad sobre materiales narrativos (Bar-On, 2007; Bationo-Tillon, Folcher y Rabardel, 2010; Dasgupta y Charon, 2004; Kempainen, R. R; Bartels, D. M. y Veach, P. M., 2007; Komeda, Nihei, y Kusumi, 2005; Mar et al., 2006) que indican básicamente que es el trabajo de comentario y elaboración lo que facilita la creación de nuevas narrativas más empáticas y creativas.

Las películas forman parte de nuestras vidas desde que nacemos, los niños aprenden a ver películas antes que a cruzar la calle. Hay películas que retratan a generaciones enteras como es el caso de la llamada “*Generación Goonie*” a la que pertenecen todos los que ahora tienen entre 30 y 40 años y vieron en su infancia películas como *Los Goonies* (Donner, 1985), *El secreto de la pirámide* (Levinson, 1985) o *Regreso al futuro* (Zemeckis, 1985). Se puede decir que las películas son el gran archivo documental del siglo XX, ya que no hay acontecimiento reciente de la historia que no haya sido usado en el cine. Por ejemplo, la guerra civil española ha sido el escenario de fondo en *La Vaquilla* (García Berlanga, 1985) o en *Tierra y Libertad* (Loach, 1995), la ley seca americana lo fue en *Los Intocables de Eliot Ness* (De Palma, 1987), la guerra de Vietnam en *Apocalypse Now* (Coppola, 1979) o la caída del comunismo en *Good Bye, Lenin!* (Becker, 2003). El cine también ha abordado el tratamiento de problemas sociales como las bandas juveniles en películas como *El odio* (Kassovitz, 1995) o *Los chicos del barrio* (Singleton, 1991), la violencia de género en *Te doy mis ojos* (Bollaín, 2003), la drogadicción en *Trainspotting* (Boyle, 1996), la integración de los homosexuales en *Philadelphia* (Demme, 1993), la integración racial en *Solo un beso* (Loach, 2004) o *X-Men* (Singer, 2000), etc. Dado el grado de penetración de las películas en la vida real, no se puede negar el impacto que tienen en nuestras vidas.

El efecto de las películas va más allá de lo evidente, es decir, no sólo podemos utilizar películas que muestren situaciones parecidas a las de los clientes, sino que además tenemos todo un arsenal de “*metáforas enlatadas*” con las que podemos provocar todo tipo de insights en la persona, desde ofrecer soluciones, identificar fuerzas internas desconocidas para la persona, hasta experimentar emociones inexploradas hasta el momento, emociones que no tienen por qué ser siempre positivas, también dolorosas.

También se encuentran usos para la terapia narrativa, en la que podemos valernos de las películas para enriquecer el discurso y la experiencia de la persona, haciendo que mejore su recuerdo, su percepción tanto cognitivo como emocional de los hechos, su capacidad de metaforización y su visión de narrativas futuras alternativas. Como dice Guidano (1999) cuando habla de la técnica de la moviola: “como si estuviera en una sala de edición, se entrena al cliente para dividir una experiencia particular en una secuencia de escenas, enriqueciendo los detalles de cada escena con aspectos sensoriales y emocionales, y finalmente reinsertar la escena, ya enriquecida, en la secuencia de la historia. Cuando el cliente se ve a sí mismo desde un punto de vista subjetivo (analizar la escena en primera persona) y la perspectiva objetiva (analizar la escena en tercera persona, desde la perspectiva de un observador), el cliente comienza a construir nuevas abstracciones sobre sí mismo”. Posiblemente, podemos encontrar físicamente la moviola en el propio cine, en la visualización de escenas de películas, que nos permitan clarificar nuestra propia experiencia, así que la moviola puede pasar de ser algo metafórico a ser

prácticamente algo físico, el rebobinado de la cinta.

En resumen, el trabajo con películas en psicoterapia ofrece una serie de ventajas que van desde el establecimiento de la alianza terapéutica hasta el poder tratar de forma indirecta material que es difícil abordar directamente, usando para ello metáforas o escenas de alto contenido emocional. Evidentemente, como cualquier técnica o herramienta, no es buena por sí misma, los terapeutas deben entrenarse y familiarizarse con ella con el fin de aplicarla de forma adecuada en terapia ya que, como cualquier aproximación, puede tener efectos negativos si se usa indebidamente. ¡Vayan más al cine!

El presente estudio refleja los avances que durante los últimos años ha experimentado el uso de películas como herramienta adjunta en psicoterapia, ya sea mediante películas completas o escenas localizadas de las mismas. Se presentan diversos aspectos tales como su utilidad para el establecimiento de la alianza terapéutica así como el poder de sus metáforas o su utilidad en terapia narrativa. También se ofrece una breve guía sobre como implementar esta técnica.

Palabras clave: Películas, escenas, alianza terapéutica, metáforas

Referencias Bibliográficas

- Allen, W. (1977). *Annie Hall*. USA: Rollins-Joffé Productions. (Título con el que se distribuyó en España: *Annie Hall*).
- Anderson, P.T. (1999). *Magnolia*. USA: New Line Cinema. (Título con el que se distribuyó en España: *Magnolia*).
- Arau, A. (1992). *Como agua para chocolate*. Méjico: Arau Films Internacional.
- Aristarain, A. (1997). *Martín (Hache)*. España-Argentina: Tornasol Films.
- Avnet, J. (1991). *Fried green tomatoes*. USA: Universal Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Tomates verdes fritos*).
- Bandura, A. y Walters, R. H. (1970). *Social learning and personality development*. London: Holt, Rinehart and Winston (Edición en castellano: Aprendizaje Social y desarrollo de la personalidad, Madrid, Alianza, 1974).
- Bar-On, T. (2007). A meeting with Clay: Individual narratives, self-reflection, and action. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1, 225-236
- Batono-Tillon, A.; Folcher, V. y Rabardel, P. (2010). Les instruments transitionnels: Une proposition pour etudier la diachronie des activites narratives. *Activites*, 7, 63-83.
- Becker, W. (2003). *Good Bye, Lenin!* Alemania: X-Filme Creative Pool. (Título con el que se distribuyó en España: *Good Bye Lenin!*).
- Berg-Cross, L., Jennings, P., & Baruch, R. (1990). Cinematherapy: Theory and application. *Psychotherapy in Private Practice*, 8, 135 - 156.
- Bollaín, I. (2003). *Te doy mis ojos*. España: Producciones la Iguana S.L.
- Boyle, D. (1996). *Trainspotting*. UK: Channel Four Films. (Título con el que se distribuyó en España: *Trainspotting*).
- Burns, G. W. (2003) *El empleo de metáforas en psicoterapia: 101 historias curativas*. Barcelona: Masson.
- Cantet, L. (2008). *Entre les murs*. Francia: Haut et Cort. (Título con el que se distribuyó en España: *La Clase*).
- Coixet, I. (1996). *Cosas que nunca te dije*. España: Carbo Films.

- Coppola, F.F. (1979). *Apocalypse Now*. USA: Zoetrope Estudios. (Título con el que se distribuyó en España: *Apocalypse Now*).
- Corbella, S. & Botella, L. (2004). *Investigación en psicoterapia: proceso, resultado y factores comunes*. Visión Net. Madrid.
- Churba, C. A. (2005). *La Creatividad*. Buenos Aires: Dunken.
- Darabont, F. (1994). *The Shawshank Redemption*. USA: Castle Rock Entertainment. (Título con el que se distribuyó en España: *Cadena Perpetua*).
- DasGupta, S. y Charon, R. (2004). Personal Illness Narratives: Using Reflective Writing to Teach Empathy. *Academic Medicine*, 79, 351-356.
- Dayton, J & Faris, V. (2006). *Little Miss Sunshine*. USA: Fox Searchlight Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Pequeña Miss Sunshine*).
- De Palma, B. (1987). *The Untouchables*. USA: Paramount Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Los Intocables de Eliot Ness*).
- Deen, S. R.; Mangurian, C. y Cabaniss, D. L. (2010). Using first-person narratives to help foster empathy in psychiatric residents *Academic Psychiatry*, 38, 438-441.
- Demme, J. (1993). *Philadelphia*. USA: TriStar Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Philadelphia*).
- Demme, T. (1996). *Beautiful girls*. USA: Miramax Films. (Título con el que se distribuyó en España: *Beautiful Girls*).
- Donner, R. (1985). *The Goonies*. USA: Ambin Entertainment. (Título con el que se distribuyó en España: *Los Goonies*).
- Edwards, B. (1962). *Days of wine and roses*. USA: Warner Bros. Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Días de vino y rosas*).
- Erickson, M. y Rossi, E. (1981). *Experiencing hypnosis: Therapeutic approaches to altered states*. Nueva York: Irvington.
- Gafner, G., & Benson, S. (2003). *Hypnotic techniques: For standard psychotherapy and formal hypnosis*. Norton. New York.
- García Berlanga, L. (1963). *El verdugo*. España: Interlagar Films.
- García Berlanga, L. (1985). *La Vaquilla*. España: In-Cine Compañía Industrial Cinematográfica.
- García-Martínez, J. (en prensa). *Técnicas narrativas en psicoterapia: cómo cambiar contando historias*. Madrid: Síntesis.
- García-Martínez, J., Domínguez-Urquiza, J.M. & Martínez Andreu, C. (2000). One Image Is Better Than a Thousand Words: Using Movies in Narrative Therapy. *XXX Congress of European Association for Behavioural & Cognitive Therapies*. Granada.
- Garry, W., McDonald, A., Rey, J.M. & Rosen, A. (2002). Medical Student Knowledge and Attitudes Regarding ECT Prior to and After Viewing ECT Scenes from Movies. *The journal of ECT*. 18(1), 43-46.
- Gelkopf, M., Gonen, B., Kurs, R., Melamed, Y. & Bleich, A. (2006) The Effect of Humorous Movies on Inpatients With Chronic Schizophrenia. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 194 (11) Nov.
- Gelso, C.J., y Carter, J.A. (1985). The Relationship in counseling and psychotherapy: Components, consequences and theoretical antecedents. *The Counseling Psychologist*, 13, 155-244.
- Gonçalves, O.F. (2002). *Psicoterapia cognitiva narrativa: manual de terapia breve*. Desclée De Brouwer: Bilbao.
- Green, M. C. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38, 247-266.
- Guidano, V.F. (1999). *El modelo cognitivo postracionalista. Hacia una reconceptualización teórica y crítica*. Desclée De Brouwer: Bilbao.
- Gutbezahl, J. y Averill, J. R. (1996). Individual differences in emotional creativity as manifested in words and pictures. *Creativity Research Journal*, 9, 327-337.
- Hallström, L. (2000). *Chocolat*. UK-USA: Miramax Films. (Título con el que se distribuyó en España: *Chocolat*).
- Hesley, J.W. & Hesley, J.G. (1998). *Rent two films and let's talk in the morning: Using popular movies in psychotherapy*. Wiley: New York .
- Hughes, J. (1985). *The Breakfast Club*. USA: Universal Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *El club de los cinco*).
- Jarmusch, J. (1991). *Night on Earth*. USA: Victor Company of Japan (JVC). (Título con el que se distribuyó en España: *Noche en la Tierra*).
- Joffé, R. (1986). *The Mission*. UK: Warner Bros. Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *La Misión*).
- Jordan, N. (1994). *Interview with the Vampire: The Vampire Chronicles*. USA: Warner Bros. Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Entrevista con el Vampiro. Crónicas Vampíricas*).

- Kassovitz, M. (1995). *La haine*. Francia: Canal +. (Título con el que se distribuyó en España: *El odio*).
- Kaufman, J. C. y Stenberg, R. J. (Eds.) (2010). *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge, Mass: Cambridge University Press.
- Kempainen, R. R.; Bartels, D. M. y Veach, P. M. (2007). Life on the Receiving End: A Qualitative Analysis of Health Providers' Illness Narratives. *Academic Medicine*, 82, 207-213.
- Kerem, E.; Fishman, M. y Josselson, R. (2001). The experience of empathy in everyday relationships: Cognitive and affective elements. *Journal of Social and Personal Relationships*, 18, 709-729.
- Kershner, I. (1980). *Star Wars: Episode V - The Empire Strikes Back*. USA: Lucasfilm. (Título con el que se distribuyó en España: *El Imperio Contraataca*).
- Komeda, H.; Nihei, Y. y Kusumi, T. (2005). The roles of reader's feelings in understanding narratives: Forefeet, empathy, and a sense of strangeness. *Japanese Journal of Psychology*, 75, 479-486.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press (Edición en castellano: *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra. 1991).
- Lambert, M.J. (1992). Implications of psychotherapy outcome research for eclectic and integrative psychotherapies. En J.C. Norcross y M.V. Goldfried (Eds), *Handbook of Psychotherapy Integration*. New York: Basic Books.
- León de Aranoa, F. (2002). *Los lunes al sol*. España: Antena 3 Televisión.
- Levinson, B. (1985). *Young Sherlock Holmes*. USA: Amblin Entertainment. (Título con el que se distribuyó en España: *El secreto de la pirámide*).
- Loach, K. (1995). *Land and Freedom*. UK: British Broadcasting Corporation (BBC). (Título con el que se distribuyó en España: *Tierra y Libertad*).
- Loach, K. (2004). *Ae Fond Kiss*. UK: Bianca Film. (Título con el que se distribuyó en España: *Sólo un beso*).
- Lucas, G. (1977). *Star Wars*. USA: Lucasfilm. (Título con el que se distribuyó en España: *La guerra de las galaxias*).
- Mangin, D. (1999). Cinema therapy: How some shrinks are using movies to help their clients cope with life and just feel better. *Health and Body*, May 27. Available at: http://www.salon.com/health/feature/1999/05/27/film_therapy/index.html
- Mar, R.A.; Oatley, K., Hirsch, J.; de la Paz, J. y Peterson, J. (2006). Bookworms versus nerds: Exposure to fiction versus non-fiction, divergent associations with social ability, and the simulation of fictional social worlds. *Journal of Research in Personality* 40, 694-712.
- McAdams, D. P. (1993). *Stories we live by: personal myths and the making of the self*. Nueva York: Guilford Pres.
- McAdams, D. P. (1995). *The life story interview. Revised*. Chicago: North-Western University. Documento disponible en <http://www.sesp.northwestern.edu/docs/Interviewrevised95.pdf> (descarga 4-7-2010).
- Mendes, S. (1999). *American Beauty*. USA: Dreamworks SKG. (Título con el que se distribuyó en España: *American Beauty*).
- Mestre, M. V.; Samper, P. y Frías, M. D. (2002). Procesos cognitivos y emocionales predictores de la conducta prosocial y agresiva: La empatía como factor modulador. *Psicothema*, 14, 227-232.
- Moreno-Mora, D. y Garcia-Martinez, J. (2010). Estudio preliminar sobre el uso de escenas de películas como herramienta en la formación de terapeutas. Comunicación presentada en el *IV Congreso Nacional de Psicoterapias Cognitivas*. Universitat Ramon Llull: Barcelona, octubre.
- Neimeyer, R.A. (1988) Clinical guidelines for conducting interpersonal transaction groups. *International Journal of Personal Constructs Psychology*, 1, 181-199.
- Norman, M.; Ambrose, S. A y Huston, T. A. (2006). Assessing and Addressing Faculty Morale: Cultivating Consciousness, Empathy, and Empowerment. *Review of Higher Education: Journal of the Association for the Study of Higher Education*, 29, 347-379.
- O'Neill, D. K., & Shultis, R. (2007). The emergence of the ability to track a character's mental perspective in narrative. *Developmental Psychology*, 43, 1032-1037.
- Pachucki, M. A.; Lena, J. C. y Tepper, S. J. (2010). Creativity narratives among college students: Sociability and everyday creativity. *The Sociological Quarterly*, 51, 122-149.
- Payne, M. (2000). *Terapia narrativa: una introducción para profesionales*. Barcelona: Paidós.
- Powell, M.L., Newgent, R.A. & Lee, S.M. (2006). Group cinematotherapy: Using metaphor to enhance adolescent self-esteem. *Arts in psychotherapy*. Vol 33 (3), 247-253.
- Raimi, S. (2002). *Spider-man*. USA: Columbia Pictures Corporation. (Título con el que se distribuyó en España: *Spider-man*).
- Redford, R. (1980). *Ordinary People*. USA: Paramount Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Gente Corriente*).

- Ross, G. (1998). *Pleasantville*. USA: New Line Cinema. (Título con el que se distribuyó en España: *Pleasantville*).
- Safran, J.D., & Muran, J.C. (2005). *La alianza terapéutica: Una guía para el tratamiento relacional*. Desclee de Brouwer. Bilbao.
- Sharp, C., Smith, J.V., & Cole, A. (2002). Cinematherapy: metaphorically promoting therapeutic change. *Counselling Psychology Quarterly*, Vol 15 (3), 269-276.
- Singer, B. (2000). *X-Men*. USA: Twentieth Century Fox Film Corporation. (Título con el que se distribuyó en España: *X-Men*).
- Singleton, J. (1991). *Boyz n the Hood*. USA: Columbia Pictures Corporation. (Título con el que se distribuyó en España: *Los chicos del barrio*).
- Solomon, G. (1995). *The Motion Picture Prescription: Watch This Movie and Call Me in the Morning: 200 Movies to Help You Heal Life's Problems*. Fairfield, CT: Aslan Publishing
- Solomon, G. (2001). *Reel Therapy: How movies inspire you to overcoming life's problems*. Fairfield, CT: Aslan Publishing.
- Thomas, B. (2000). *28 days*. USA: Columbia Pictures Corporation. (Título con el que se distribuyó en España: *28 días*).
- Ulus, F. (2003). *Movie Therapy, Moving Therapy*. Bloomington, IN: Trafford Publishing
- Wedding, D., & Niemeck, R.M. (2003). The Clinical Use of films in Psychotherapy. *In Session: Psychotherapy in Practice*, Vol 59 (2), 207-215.
- Weir, P. (1989). *Dead poets society*. USA: Touchstone Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *El club de los poetas muertos*).
- Weir, P. (1993). *Fearless*. USA: Warner Bros. Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Sin miedo a la vida*).
- Welles, O. (1941). *Citizen Kane*. USA: RKO Radio Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Ciudadano Kane*).
- White, M. (2007). *Maps of narrative practice*. Nueva York: Norton.
- Wimmer, H., & Perner, J. (1983). Beliefs about beliefs: Representation and constraining function of wrong beliefs in young children's understanding of deception. *Cognition*, 13, 103-128.
- Zambrano, B. (1999). *Solas*. España: Maestranza Films.
- Zemeckis, R. (1985). *Back to the future*. USA: Universal Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Regreso al futuro*).
- Zemeckis, R. (1994). *Forrest Gump*. USA: Paramount Pictures. (Título con el que se distribuyó en España: *Forrest Gump*).