

## **El cine de animación en el aula de ELE. Propuesta metodológica a partir del cortometraje “El vendedor de humo”**

**Roberto Ortí Teruel**  
**Jefe de Estudios del Instituto Cervantes de Tánger**  
**María Ángeles García Collado**  
**Profesora del Instituto Cervantes de Tetuán**

*Roberto Ortí Teruel es Jefe de Estudios en el Instituto Cervantes de Tánger. Licenciado en Filología Hispánica y Catalana (Universitat de València), Máster en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (Universitat de Barcelona) y DEA en Teoría de los lenguajes y Comunicación Intercultural. María Ángeles García Collado es profesora en el Instituto Cervantes de Tetuán. Doctora en Filología Románica (Universidad del País Vasco), Máster en Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (UNED) y DEA en Sciences du Langage (École des Hautes Études en Sciences Sociales-París).*

### **Resumen**

En la actualidad los medios audiovisuales forman parte de la vida cotidiana de las personas y el predominio de la imagen visual en las manifestaciones culturales es un factor que resulta imprescindible considerar en cualquier objetivo de enseñanza. El cine de animación ha participado estos últimos años del progreso de la cultura audiovisual y digital. Este trabajo tiene como objetivo destacar el potencial didáctico del cine de animación, con este género podemos acercar a los estudiantes de español a los aspectos cotidianos de los usos y costumbres de la vida diaria, los hábitos y las celebraciones que conforman el sistema simbólico de la cultura comunicativa. Además, como producto artístico, el cine de animación nos ofrece una estética y una narratividad altamente motivadoras para el aprendizaje. Se expone una propuesta metodológica a partir del cortometraje de animación “El vendedor de humo” (Premio Goya 2013).

### **Abstract**

Nowadays, audiovisual communication is part of everyone's daily life and the omnipresence of the visual image in the cultural expressions is an important factor to think about in education. The cartoon films have benefited from progress in audiovisual and digital culture, increasing its public –cultivating the loyalty also of the adults– and perfecting its quality. This work aims to highlight the didactic potential of cartoon films in the classroom, since with these movies we also can treat daily appearances of the uses and habits of the daily life, and the celebrations that conform the symbolic system of all communicative culture. Besides, as an artistic product, cartoon films offer us an aesthetics and a narrativity highly motivating for learning. We present a didactic proposal based on the animated short film “The deceitful salesman” (Winner of the Goya Prize 2013).

## Palabras clave

Cine, comprensión audiovisual, medios audiovisuales, interculturalidad, competencia comunicativa

## Keywords

Cinema, audiovisual comprehension, audiovisual media, interculturality, communicative competence

## Artículo

Vivimos en plena civilización de la imagen, de acuerdo al término acuñado hace ya décadas por el semiólogo Umberto Eco. Gracias a las nuevas formas de acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, tenemos a nuestro alcance un gran abanico de posibilidades de recepción, producción y difusión de mensajes audiovisuales sin precedentes en épocas anteriores. Sin duda, la cultura digital ha influido en las tradicionales formas de enseñar y aprender, transformándolas de acuerdo a un nuevo paradigma en el que intercambiamos y construimos conocimiento de forma compartida en la red (Downes, 2005). En este contexto, somos muchos los profesores que apostamos por el cine en la clase de lenguas modernas, ya que tiene un potencial didáctico extraordinario al ofrecer situaciones reales de comunicación y ser uno de los medios privilegiados de representación cultural en el *continuum* de expresiones de la cultura digital actual. Sin lugar a dudas, la imagen cinematográfica muestra a los alumnos de ELE contextos socioculturales y claves para poder desenvolverse con el idioma de forma competente, de ahí que el cine permita a los profesores diseñar objetivos de aprendizaje orientados al desarrollo de la competencia intercultural (Ortí, García Collado, 2011).

Con todo, a pesar del consenso sobre la idoneidad del cine en el aula ELE, solamente algunos formatos son los que gozan del favoritismo de los docentes, como es el caso del cortometraje de ficción por sus cualidades intrínsecas relacionadas con la duración y las temáticas (Ontoria, 2007). Otra opción bastante frecuente en la clase de español es la de la selección de escenas significativas de un largometraje, cuyo visionado se puede intervenir didácticamente (es habitual, por ejemplo, realizar primero un visionado mudo o sin sonido para después introducir un segundo visionado con voz o, también, hacer visionados parciales con pausas para construir hipótesis sobre la sucesión de los acontecimientos representados en el film). Los trailers, al igual que los cortometrajes, son un recurso frecuente en clase de idiomas, por su brevedad y la motivación que suele suscitar entre los alumnos la síntesis argumental de una historia compleja.

El cine de animación, que ocupa un lugar privilegiado entre las preferencias del público actual, no ha conseguido todavía el espacio propio que la didáctica de ELE le puede ofrecer. La animación española ha alcanzado en los últimos años grandes hitos, después del gran éxito de *Chico y Rita* (Fernando Trueba y Javier Mariscal, 2010), *Las aventuras de Tadeo Jones* (Enrique Gato, 2012), *Arrugas* (de Ignacio Ferreras a partir de la novela gráfica de Paco Roca, 2012), sin olvidar *El Cid* y *Donkey Xote* (José Pozo, 2003 y 2007). Nuestro objetivo aquí es investigar las posibilidades didácticas de la animación *made in Spain* que, cada vez más reconocida internacionalmente, puede ser un formato audiovisual muy motivador en el aula de ELE.

Partamos del hecho de que la animación es un lenguaje bastante flexible y versátil, ya que depende de unos elementos básicos que se pueden aplicar a muchas técnicas diversas, más ahora en la era de la tecnología digital (sin duda, su desarrollo debe mucho al mundo del videojuego). Ciertamente, la animación es un producto artístico y creativo, pero vamos a centrarnos en los principios elementales -lingüísticos, narrativos, cinematográficos- que pueden servirnos eficazmente en la didáctica ELE, sin dejar de lado que las técnicas visuales son pieza clave para narrar, expresar y emocionar. Consideramos que la mejor manera de hacer visible una propuesta metodológica adecuada para la clase de ELE es a través del análisis y reflexión sobre un cortometraje de animación concreto. Sin duda, la metodología que se propone aquí sería válida para otras películas de animación, ya que de lo que se trata es de poner sobre la mesa la idoneidad de un género cinematográfico que puede ser un instrumento de gran valor para el aprendizaje del español como lengua extranjera.

Las ventajas que el cine de animación puede ofrecer a los profesores de ELE son muchas. La razón es que los factores constitutivos del cine de animación se basan en, por una parte, una forma narrativa que suele seguir un esquema simple basado en la continuidad lógica de situaciones fáciles de comprender. Por otra parte, el cine de animación se apoya en una evolución de contenidos clara, en un juego de anticipaciones y reacciones. Así, las historias se construyen gracias a dibujos o elementos figurativos (con exageración de la realidad), a imágenes concebidas con una unidad de estilo que por sí mismas ofrecen recursos semióticos que contribuyen eficazmente a su interpretación (codificación, rasgos caricaturescos, colorido). Señalemos que la representación figurativa en el cine de animación no se concibe por los creadores al azar, sino que responde a convenciones análogas al lenguaje del cómic como hace décadas ya lo definiera Roman Gubern (Gubern, 1972).

### **Propuesta metodológica a partir del cortometraje de animación «El vendedor de humo»**

El cortometraje «El vendedor de humo» de Jaime Maestro Sellés (Escuela Valenciana de Cine PrimerFrame, 2012) fue ganador del Premio Goya 2013 al Mejor Cortometraje de Animación, un merecido galardón a una película que habla de los sueños, las ilusiones de la gente y del engaño en el mundo actual («El vendedor de humo»: <http://vimeo.com/42329392>).

En el cortometraje «El vendedor de humo» se cuenta la historia de un embaucador que disfrazado de vendedor ambulante llega a un pequeño pueblo ofreciendo una atractiva mercancía: un elixir para hacer realidad los sueños de los habitantes. Como si fuera un vendedor de jarabe milagroso o un curalotodo de los *western* de los años 50, el protagonista de este cortometraje es recibido por los lugareños con cierta distancia, como si fuera un charlatán más de los que llegan de ciento en viento por el pueblo. No obstante, las reticencias se deben no sólo al escepticismo que suele caracterizar a las personas que viven en el mundo rural y lugares alejados de núcleos urbanos, sino también a la desconfianza que generan quienes quieren convencer de algo a los demás a toda costa. Con todo, la gente de este pueblo remoto parece reaccionar al hechizo y ensueño que ofrece este vendedor que, finalmente, resulta ser un timador. En otro nivel de interpretación, este corto es una sutil parodia del efecto del lenguaje publicitario y la propaganda política en la actualidad.

A continuación, se presenta una propuesta metodológica basada en una serie de planteamientos didácticos y de actividades de aula a partir de este cortometraje de animación. Las actividades están destinadas a alumnos de español de nivel intermedio (B1-B2 del MCER), y pueden realizarse en una sesión de clase (2 horas).

El punto de partida es que el profesor tenga como objetivo desarrollar la comprensión audiovisual e intercultural de los estudiantes. A partir de ahí, se puede desarrollar un plan de trabajo que se basa en un diálogo pedagógico entre el profesor y los alumnos, un juego de preguntas y respuestas que está articulado en tres fases: actividades de previsionado (antes de ver el cortometraje), visionado y posvisionado.

En este caso concreto de «El vendedor de humo» señalemos que nos permite abordar en clase un contenido pragmático e intercultural importante: el papel de las apariencias en la comunicación, de los simulacros sociales. También, los docentes tienen la oportunidad de introducir contenidos relativos al lenguaje cinematográfico cuya función es contribuir a la competencia audiovisual de los alumnos.

Al final de las actividades, se facilita una guía didáctica con claves sobre los contenidos abordados, con la finalidad de ofrecer pautas para las respuestas del profesor en clase y exponer aspectos metodológicos relacionados con el cine de animación en el aula de ELE.

## 1. Actividades de previsionado

a. Al comenzar la sesión de clase el profesor invita a los alumnos a responder en voz alta a una serie de preguntas sobre el título del cortometraje:

*¿Sabéis lo que significa la expresión «un vendedor de humo»? ¿habéis oído alguna vez la frase «no es oro todo lo que reluce»? ¿conocéis alguna otra expresión parecida en vuestra lengua?*

b. A continuación, se pueden recoger en la pizarra las ideas de los alumnos y comentar cuáles de ellas se acercan más al sentido de ambas en español. Una vez realizada la reflexión inicial sobre el significado de la expresión que da origen al título, el profesor puede iniciar otra línea de debate para preparar a los estudiantes a la comprensión del argumento del cortometraje:

*¿Cómo es la gente de los pueblos?, ¿pensáis que es más confiada?, ¿creéis que son personas más fáciles o difíciles de engañar?*

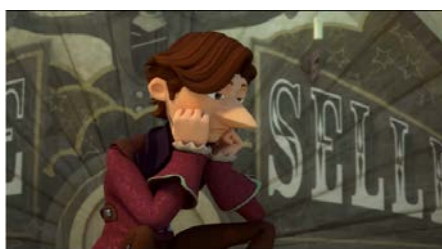
*¿Sabéis lo que es un timador?, ¿conocéis algún timo o estafa que se haya hecho famoso o popular en vuestro país?*

*¿Conocéis alguna película sobre timos o timadores?, ¿qué tienen en común estas películas?, ¿sabéis en qué género de películas es frecuente que aparezca un vendedor ambulante que ofrece falsos productos milagrosos?, ¿recordáis cómo suelen desplazarse estos vendedores?*

c. Una vez planteadas al grupo de clase estas preguntas, el profesor pide a los alumnos que se fijen en dos fotogramas del cortometraje seleccionados previamente, los alumnos deben compararlos y decir en qué se parecen los dos personajes que aparecen en las imágenes:



Personaje 1



Personaje 2

## 2. Actividades de visionado

Una vez activados los conocimientos previos lingüísticos y socioculturales de los alumnos, el profesor propone a sus alumnos el visionado completo del cortometraje.

a. A continuación, el profesor entrega una ficha a los alumnos con la siguiente actividad de comprensión del argumento, se puede completar individualmente y luego en voz alta hacerse una puesta en común:

Señala verdadero /falso	
1. El pescadero está enfadado con su perro porque no vigila el pescado de las garras de los gatos	V/F
2. El vendedor tiene éxito desde el principio	V/F
3. Cuando llega el vendedor al pueblo, la abuela está tejiendo un jersey	V/F
4. Dos señoras se enfadan porque el vendedor convierte sus cestos en bolsos	V/F
5. El alcalde le regala un diamante al vendedor	V/F
6. El agua no afecta a la magia que realiza el vendedor	V/F
7. El perro vuelve a su estado inicial al caer en el agua	V/F
8. Al final, el joven vendedor cambia el diamante a otro vendedor	V/F

b. Después de poner en común las respuestas, el profesor propone a los alumnos reflexionar sobre el espacio y el tiempo en el cortometraje a partir de una serie de preguntas sobre el lenguaje cinematográfico. Para ello, se ofrece al grupo-clase una serie de imágenes (se pueden proyectar en una Pizarra Digital Interactiva, de manera que todos puedan ver bien los fotogramas):

*¿Dónde transcurre la acción?, ¿qué detalles aparecen?, ¿cómo son las calles?, ¿hay establecimientos?*

*Desde tu punto de vista, ¿cuál es el color predominante?, ¿con qué color se asocia lo maravilloso en el cortometraje?*

*¿Cuándo transcurre la acción?, ¿en cuánto tiempo se desarrolla (días, semanas, meses)?*



Imagen 1: las calles del pueblo, detalles



Imagen 2: el pueblo



Imagen 3: el color de los sueños

c. Una vez realizada la puesta en común, el profesor invita a los alumnos a describir a los personajes del cortometraje. Para ello, agrupa a los alumnos por parejas, de manera que juntos elaboren una lista con los personajes que han identificado en el cortometraje. Tras la elaboración de la lista, las parejas ponen en común sus informaciones y, a continuación, el profesor realiza una serie de preguntas para focalizar la atención sobre los personajes principales (para ello, proyecta en la PDI imágenes seleccionadas de los mismos):

*¿Cuántos personajes aparecen?, ¿sabéis cómo se llaman?, ¿qué podemos decir de ellos? Haced una breve descripción psicológica y física. En vuestra opinión, ¿experimentan una evolución?*



Personajes principales

*Responded sinceramente, ¿en algún momento del corto habéis sentido simpatía por el vendedor de humo?, ¿cuándo?*

d. Después de la reflexión sobre los personajes del corto, el profesor ayuda a los alumnos a interpretar el sentido del lenguaje audiovisual a través de una reflexión sobre los tipos de plano. Para ello, les anima a ver una serie de fotogramas significativos:

*Desde vuestro punto de vista, ¿qué tipo de planos predominan, exteriores o interiores?, ¿se trata de planos de corta duración o de larga duración?, ¿hay planos detalle?, ¿cuándo aparecen los planos detalle?*



Planos detalle: cofre, monedas, diamante

*¿En qué momento de la película aparece este plano?, ¿quién pensáis que mira por el catalejo?*



Plano subjetivo: vista desde el catalejo

*Mirad atentamente estos planos y responded ¿dónde se sitúa la cámara?, ¿qué efecto se consigue con ellos?, ¿cuándo creéis que el director suele recurrir a este tipo de planos?*



Plano escorzo: juego de perspectivas, diálogos

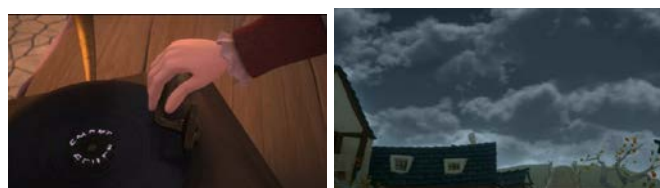
*En el siguiente plano general de la despedida final, ¿qué les ocurre a los personajes (están contentos/tristes, tranquilos/preocupados)?*



Plano general: descripción de la situación

e. En relación con la comprensión audiovisual, es interesante considerar el efecto de sentido que aportan la música y el sonido en el cortometraje. De ahí que el profesor invite a los alumnos a responder a las siguientes preguntas:

*¿Qué tipo de música se escucha?, ¿de dónde proviene?, ¿hay algún sonido que te haya llamado especialmente la atención?, ¿cuál?*



Música y sonido de tormenta



f. En este punto de las actividades, el profesor puede plantear a los alumnos algunas reflexiones sobre la trama de la película. Conviene señalar que en las películas de ficción el efecto de suspense se crea porque el espectador tiene más información que los personajes y de esta manera prevé los peligros que le acechan, no obstante en el cine de animación la narración lineal no ofrece esta posibilidad dado que es un lenguaje narrativo más básico. Así, sobre el desarrollo de la trama, el profesor propone a sus alumnos una breve actividad en la que, agrupados por parejas, resuman el final del cortometraje en una frase, pueden utilizar recursos lingüísticos estudiados en clase:

Resumen del final del cortometraje
<i>Al final...</i> <i>En definitiva...</i> <i>En resumen ...</i> <i>Por último...</i> <i>En conclusión...</i>

Para la puesta en común, el profesor pide a los alumnos que lean sus frases y, a continuación, que respondan a una serie de preguntas:

*¿Te sorprende el final de este cortometraje?, ¿cuándo se descubre la verdadera identidad del personaje central?, ¿podemos decir que en la película se engaña, de alguna forma, a los personajes y también al espectador?, ¿por qué?*

g. Por último, el profesor propone una reflexión sobre las costumbres y la cultura comunicativa representada en el cortometraje:

*¿Qué hacen los habitantes del pueblo?, ¿cómo es su vida?*  
*¿Cuál es el comportamiento comunicativo de la gente del pueblo?, ¿qué les dice o le hace el vendedor para cambiar su actitud hacia él?*

*¿Crees que la gente del campo sigue el mismo patrón comunicativo que la gente de la ciudad?, ¿en qué crees que se diferencia?*

### 3. Actividades de posvisionado

Después de estas actividades, el profesor pide a los alumnos, por parejas, escribir un diálogo en el que tenga que convencer uno a otro de algo que sabe de antemano que es falso. Para orientar la participación de los alumnos, puede ofrecerles seleccionar una tarjeta (bien la del modelo A o B) en la que aparecen dos interlocutores, de manera que cada estudiante adopte un rol diferente, habiendo un “vendedor de humo” (en negrita) en cada pareja:

Ejemplos de tarjetas	
Diálogo A <b>VENDEDOR</b> / CLIENTE - Objeto: vender una bebida que cura el dolor de cabeza (aunque es falsa)	Diálogo B <b>POLÍTICO</b> / CIUDADANO - Objeto: pide el voto para hacer reformas necesarias en la ciudad (aunque no es verdad)

Cuando los alumnos han terminado sus diálogos, se les invita a escenificarlos en clase. Mientras los alumnos exponen sus diálogos en voz alta, el profesor puede motivar a los estudiantes para que participen haciendo algunas preguntas como las siguientes:

*Si pensamos en la sociedad actual, ¿podemos establecer alguna conexión entre el lenguaje de la publicidad y el vendedor de humo?*

*¿Pensáis que se puede establecer algún tipo de relación entre el vendedor de humo y los políticos?*

## GUÍA DIDÁCTICA

A continuación se ofrecen algunas claves útiles con las que el profesor puede orientar las respuestas a las preguntas de las actividades. Dado el carácter abierto de las preguntas, es evidente que todas las respuestas de los alumnos tienen un valor, no obstante el profesor puede a través del diálogo ofrecer contenidos específicos que contribuirán al desarrollo de la competencia intercultural y audiovisual de los alumnos de ELE.

### 1. Actividades de previsionado

a. La expresión “vendedor de humo” que da título al cortometraje se refiere en español a la persona que, a partir de su locuacidad y capacidad de convencimiento, se exhibe ante los demás queriendo demostrar que es lo que parece ser (copiado de <http://sigificadoyorigen.wordpress.com/2010/06/01/vender-humo/>), aunque realmente esta apariencia no se corresponda con la realidad. Así, un “vendedor de humo” es una expresión de signo negativo, con la cual criticamos a la persona que intenta convencernos y engañarnos bajo una apariencia falsa sobre sus verdaderas intenciones; de esta forma, decir que “se vende humo” es lo mismo que decir que el producto aludido con la expresión no tiene valor. En el *Diccionario de la Lengua* de la Real Academia Española (<http://www.rae.es>) se ofrece la siguiente definición de la expresión “vender humo”:

“**vender ~s.:** 1. loc. verb. coloq. Aparentar valimiento y privanza con un poderoso para sacar utilidad de los pretendientes”.

Existen muchas expresiones en español a través de las cuales se previene contra las falsas apariencias, caso de “las apariencias engañan” o “no es oro todo lo que reluce”, que significan lo mismo. También “el hábito no hace al monje” (cuyo sentido es que lo que las personas aparentan con su vestimenta no siempre se corresponde con lo que son, con su verdadera naturaleza), con sentido análogo “el león no es como lo pintan”, “guárdate del agua mansa”, “como te ven te tratan”, “la belleza está en el ojo del que mira”. Como podemos comprobar, esta gran cantidad de expresiones en español pone en evidencia la importancia que en nuestra cultura se otorga a las apariencias en la comunicación intercultural, la necesidad de prevención contra las mismas es un rasgo distintivo de las culturas mediterráneas.

b. En España la gente de los pueblos es más desconfiada, suele guardar cierta distancia con los desconocidos, aunque sus conversaciones se centren en el intercambio de información personal con mayor facilidad que las personas que viven en la ciudad. A pesar de la desconfianza, tradicionalmente los habitantes del medio rural suelen tener una competencia intercultural y pragmática más básica y ello los hace susceptibles de ser engañados cuando cambian su contexto de comunicación habitual (en otras ciudades, en medios de transporte, en el extranjero). Algunos engaños o estafas son tan populares que pertenecen al acervo cultural, caso del “timo de la estampita” (cambio de billetes por papeles de periódico).

El cine ha reflejado esta realidad; en el caso de la España de los años 40 podemos citar largometrajes tan célebres como «Los tramposos» (con Tony Leblanc, de Pedro Lazaga, 1959), o «Atraco a las tres» (José María Forqué, 1962), en los cuales se expresa una benevolencia social hacia los personajes que representan a embaucadores o timadores

de poca monta. Más recientemente, la película argentina «Nueve reinas» (2000) recoge esta misma temática y mirada positiva sobre este asunto. Estos argumentos no son exclusivos de nuestro ámbito cultural, como así lo muestran películas tan célebres como «El golpe» (1973), «La casa del juego» (1987) o la célebre «Ocean's eleven» (2001). En lo que se refiere a los vendedores de productos milagrosos, que suelen ser una estafa, recordemos que pertenecen al imaginario cinematográfico de las películas del Oeste americano o *western* (en la ficción, estos personajes se suelen desplazar en un carromato o tienda ambulante tirada por caballos, como en «El vendedor de humo»).

c. El personaje anciano y el joven se parecen en la nariz larga y picuda, aguileña. Sin duda, en el cine de animación este rasgo es una caracterización caricaturesca del mentiroso (una alusión directa a la nariz de Pinocho o el charlatán Cyrano de Bergerac).



## 2. Actividades de visionado

a. Actividad individual de comprensión audiovisual:

Señala verdadero o falso	
1. El pescadero está enfadado con su perro porque no vigila el pescado de las garras de los gatos	<b>V</b>
2. El vendedor tiene éxito desde el principio	<b>F</b>
3. Cuando llega el vendedor al pueblo, la abuela está tejiendo un jersey	<b>F</b>
4. Dos señoras se enfadan porque convierte sus cestos en bolsos	<b>F</b>
5. El alcalde le regala un diamante al vendedor	<b>V</b>
6. El agua no afecta a la magia que realiza el vendedor	<b>F</b>
7. El perro vuelve a su estado inicial al caer en el agua	<b>V</b>
8. Al final, el joven vendedor cambia el diamante a otro vendedor	<b>F</b>

b. Reflexión de comprensión cultural, tiempo y espacio en el cortometraje: la acción transcurre en un pequeño pueblo, un lugar que parece que está bastante aislado. Hay muy poca vegetación. Los escasos árboles que aparecen apenas tienen hojas y son de color marrón, lo que nos indica que es otoño. El pueblo es pequeño, todas las calles confluyen en una plaza donde hay una fuente, se trata de una distribución de espacio que nos remite a los pueblos españoles. En las imágenes que representan el pueblo se ve con claridad que tiene pocos habitantes, sólo hay un comercio: la pescadería. No hay industrias, ni luces de neón, ni coches. Además, las calles de este pueblo parecen que

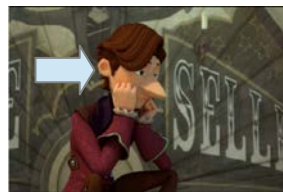
son de tierra, no son grandes ni anchas, podemos interpretar todo ello como expresión de retraso económico y falta de modernidad. No olvidemos que en el cine de animación son características las descripciones mediante el estilo figurativo y expresivo de los dibujos. En líneas generales, la acción del film podría transcurrir en cualquier pueblo de España.

El color predominante es el marrón, la tonalidad de los dibujos es ocre y grisácea. De esta forma, el color rosa fucsia resalta sobre todos los demás, es una figura visual de hipérbole mediante la cual se representa lo mágico y maravilloso.

La acción transcurre durante el día. Por las sombras alargadas que se observan al principio del corto cuando la carroza llega al pueblo, es el atardecer. De ahí que la anciana que está pelando patatas está, presumiblemente, preparando la cena. La acción transcurre en un tiempo imaginario, a principios del siglo XX, en definitiva se trata de una tarde de un día cualquiera en un pueblo alejado de una capital.

c. Reflexión didáctica sobre los personajes: en el cortometraje aparecen muy pocos personajes. No conocemos sus nombres, pero son fácilmente identificables por sus rasgos caricaturescos: el vendedor de humo, la anciana, el pescadero o comerciante, el niño, las vecinas, el alcalde.

El personaje central es el vendedor de humo. Al comienzo del film parece un poco frustrado porque no consigue su propósito de atraer la atención de la gente. Pero, poco a poco, se muestra más satisfecho. Hay un momento en que parece que lo pasa mal, es cuando el niño le reclama por qué el avión se ha vuelto a convertir en un palo.



La abuela, en un principio, se muestra un poco hostil, su expresión y sus actos así lo expresan: desprecia el ramo de flores de manos del vendedor y desconecta el fonógrafo. Sin embargo, un poco más tarde, el vendedor de humo consigue ganarse su confianza al mejorar su aspecto físico.



El pescadero, que fue testigo privilegiado de la transformación del juguete del niño, también cambia su humor cuando comprueba que su perro se ha transformado en un fuerte y valiente guardián. El alcalde, que va vestido de una manera muy aparente, con sombrero de copa y chaqué, también parece contento cuando consigue su monumento en el centro de la plaza.



Aparentemente, el vendedor de humo es capaz de conseguir los sueños de cada uno de ellos, ya que dice a cada persona lo que quiere oír.

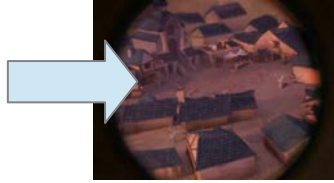
El espectador se identifica con el vendedor de humo desde el principio del cortometraje, a causa de su apariencia agradable, que influye en nuestra valoración; cuando lo vemos por primera vez, desconocemos cuáles son sus intenciones reales, es por ello que al principio de alguna manera nos compadecemos de él cuando está triste porque no consigue atraer la atención de la gente.

d. Reflexión sobre la cultura audiovisual, los tipos de plano: es importante saber leer las imágenes para desarrollar la competencia audiovisual de los alumnos. En las imágenes vemos que la acción del cortometraje transcurre en el exterior, durante el día. El montaje se basa en planos de corta duración, de ahí que la acción se desarrolle de una manera ágil, con un ritmo rápido. En este sentido, la función de este montaje es principalmente narrativa, no descriptiva (en la animación la descripción se realiza mediante otros recursos expresivos, como la caricatura de los personajes, los colores y el estilo de líneas de los dibujos).

Los planos-detalle: señalemos que en el corto los planos-detalle son muy significativos, aportan claves fundamentales para la interpretación de la película. Llama la atención el especial interés que en el film se le dedica a dos objetos: la caja o cofre del dinero, y el diamante. Sin lugar a dudas, el dinero es un punto central en la trama. Por otra parte, los planos generales son más frecuentes al principio de la película y al final, se trata de un recurso para ubicar a los personajes en un espacio.



Plano subjetivo: es interesante explicar a los alumnos que la película se inicia con un plano subjetivo, este tipo de plano expresa que alguien observa el pueblo y sus habitantes a través de un catalejo. Este es el único plano subjetivo del cortometraje. Su uso al comienzo del film crea un juego de expectativas, ya que no sabemos quién está mirando (puede ser la mirada de un cazador a su presa, de un timador a su víctima, claramente vemos con esta imagen que el pueblo está en el punto de mira). Asimismo, en este plano el espectador se identifica con la mirada subjetiva del vendedor de humo, se pasa de una panorámica general a una aproximación visual al pueblo, a través de un zoom. Al final de la película se toma consciencia de quién había estado mirando por el catalejo: *El vendedor de humo*.



Planos-escorzo: mediante los planos escorzo la cámara se sitúa en el dorso de un personaje, de manera que el espectador puede tener una idea muy aproximada de lo que está viendo y se sitúa en su misma perspectiva.



En el primero de los planos de la serie de arriba se nos describe cómo el pescadero es un observador privilegiado del primer encuentro del vendedor de humo con el niño. El pescadero, después de observar la transformación del juguete en avión, también quiere participar de los servicios del vendedor de humo.

En la imagen audiovisual el plano escorzo se utiliza para mostrarnos el diálogo entre dos personajes, sirve para señalar el intercambio del turno de palabra y las diferentes perspectivas o puntos de vista de los personajes.



El alcalde ve desde la altura al vendedor y a los vecinos, desde esta perspectiva los personajes están empequeñecidos.



En estos planos de despedida final se descubre el engaño del vendedor de humo. Ambos planos son similares en el formato. Arriba, observamos unos personajes con cara de desilusión y, a la vez, de sorpresa cuando descubren que el perro ha vuelto a su apariencia original; vuelve a ser un perro desgarrado, medio desdentado y con mala

presencia. En el plano de abajo, se observa cómo se esfuman y se deshacen las ilusiones creadas por el vendedor, emerge un humo de color violeta cada vez que se deshace una ilusión.



En primer plano, aparece la cara de satisfacción del vendedor, ha conseguido sus objetivos mediante el engaño y expresa su satisfacción. En estos momentos el espectador descubre que él también ha sido engañado, que el joven artista no era más que un avaro timador. El espectador descubre que también ha sido “embaucado” por la ilusión creada con el lenguaje cinematográfico.

e. La música incide directamente en el desarrollo de la película. Es tan importante que hay un plano detalle en el que se observa cómo el vendedor pone un disco en el fonógrafo, en este sentido la música es diegética (es un elemento integrante de la historia).



La música que aparece prácticamente durante todo el corto nos recuerda a los espectáculos de magia o de circo. Es una música con ritmo, muy animada; este tipo de música crea suspense y expectativas. El espectador desde un principio piensa que está ante un número de circo, le predispone favorablemente, cree que va ser espectador de algo extraordinario, interesante, fuera de lo normal en sentido positivo. Sin embargo, el ruido de la tormenta anuncia que algo grave va a ocurrir. Vemos que el vendedor reacciona rápidamente cuando lo escucha.

f. Reflexiones sobre el desarrollo de la trama: en algunas películas el efecto de suspense se crea porque el espectador tiene más información que los personajes y de esta manera prevé los peligros que le acechan. En «El vendedor de humo» el espectador tiene la misma información que los personajes del film, descubre el engaño al mismo tiempo que ellos. En ningún momento se proporcionan indicios o información adicional al espectador, ya que el film crea la ilusión de que asistimos a los mismos acontecimientos que los vecinos del pueblo. No se conocen las verdaderas intenciones del vendedor, sólo al final descubrimos que hemos sido víctimas de un engaño, al igual que los vecinos. El lenguaje cinematográfico crea expectativas e ilusiones, que en este caso sorprenden al espectador. El lenguaje de animación, de narración lineal, contribuye a crear este efecto de sentido.

g. Reflexión sobre las costumbres y cultura comunicativa representada en el cortometraje: vemos que la vida en este pueblo es rutinaria y monótona, pero también



más tranquila y con menos estrés que en la ciudad. Se puede deducir que cualquier cosa que provenga del exterior puede convertirse en un evento extraordinario.

La cultura comunicativa reflejada en la película nos muestra que la gente procedente del medio rural suele utilizar un patrón comunicativo más próximo y menos preocupado por el conflicto que el medio urbano en relaciones comunicativas simétricas, lo que se manifiesta de la siguiente manera:

<b>A. Lenguaje no verbal</b>
Proximidad entre las personas, se reduce la distancia personal entre los interlocutores.
Rasgos paralingüísticos enfáticos: se grita más, se manifiestan las emociones de manera más abierta (risas, carcajadas, llantos), se gesticula más.
<b>B. Lenguaje verbal</b>
Se intercambia mucha información personal (por ejemplo, con bastante frecuencia se habla de la familia).
Se ofrecen detalles cuando se narra algo, se tiende a dar mucha información.
Se huye de las mentiras sociales, por lo que algunos consideran descorteses a las personas de los pueblos y, sin embargo, otros les consideran más sinceros.
Se tiende a ser directo, puede que por eso algunos consideren que a los hablantes del medio rural les falta tacto.

### 3. Actividades de posvisionado

Al final, en los títulos de crédito se observa que el vendedor de humo viaja por todo el mundo; esta imagen representa la globalización, el engaño está en todas las partes. Con el diálogo por parejas, los alumnos experimentan en primera persona lo que significa ser un “vendedor de humo”.

### Referencias bibliográficas

- AMENÓS, J. (1996): “Cine, lengua y cultura”, *Frecuencia E/LE* 3: 50-52.
- DOWNES, Stephen (2005) “E-Learning 2.0” [en línea] <http://downes.ca/post/31741>
- GUBERN, Roman (1972), *El lenguaje de los cómics*, Barcelona: Península.
- ONTORIA, M. (2007): «El uso de cortometrajes en la enseñanza de ELE» en *RedELE* 9, Febrero 2007: <http://www.mepsyd.es/redele/revista9/MercedesOntoria.pdf>
- ORTÍ TERUEL, R. (2012): “La cultura comunicativa y el cine. El descubrimiento de los patrones comunicativos culturales en el aula de español”, en *Didáctica y traducción*, Casablanca: Facultad de Letras, Universidad Hassan II, pp. 55-75.
- ORTÍ TERUEL, R. y GARCÍA COLLADO, M. A. (2011): “Desarrollo de la competencia intercultural a través del cine. Explotación didáctica de la película Celda 211” en *Comprofes. Congreso Mundial de Profesores de Español*.

<http://comprofes.es/videocomunicaciones/el-desarrollo-de-la-competencia-intercultural-partir-del-cine-%C2%ABcelda-211%C2%BB?page=1>

ORTÍ TERUEL, R. y GARCÍA COLLADO M.A. (2013), “La mezcla de géneros en el cine actual. Una propuesta didáctica (*La comunidad*, Alex de la Iglesia 2000)”, en *Actas del Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación. Cine, Literatura, Redes sociales y Nuevas tecnologías*, Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte/Organización de Estados Iberoamericanos, pp. 71-80.

A rellenar por el consejo editorial de redELE:

Fecha de recepción: 19/02/2014

Fecha de aceptación: 17/03/2014