



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

Cascajosa, Concepción
El Remake Cinematográfico y la Comunicación Intercultural
Razón y Palabra, núm. 44, abril-mayo, 2005
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520624012>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El Remake Cinematográfico y la Comunicación Intercultural

Por Concepción Cascajosa

Número 44

Introducción:

El remake cinematográfico en la encrucijada de la comunicación intercultural

El remake ha sido una práctica habitual en el cine norteamericano desde sus mismos inicios que se ha enmarcado dentro de una política de producción que ha buscado el reaprovechamiento y reciclaje de materiales narrativos, incluyendo los pertenecientes a otros modos de representación como la novela, el teatro, el cómic, la televisión y los videojuegos. A pesar de lo que una versión simplificada de la historia del cine que se centra únicamente en los títulos más sobresalientes haga pensar, sendos estudios de James K. Limbacher (1979) y Robert Nowlan y Gwendolyn Wright Nowlan (1989) han acreditado la abundancia de continuaciones y versiones desde los inicios del medio. Sin embargo, hasta fechas recientes no se han publicado las primeras obras de magnitud que han buscado comprender al *remake* como un fenómeno industrial y cultural que gracias a la dialéctica establecida entre original y versión puede ofrecer una visión enriquecedora de toda una variedad de elementos, como han sintetizado Jennifer Forrest y Leonard R. Koos (2002, pp. 4-5):

Cualquiera que sea el caso... todos [los remakes] son interesantes por lo que revelan, ya sea sobre diferencias culturales, sobre diferentes estilos de dirección y orientaciones estéticas, sobre percepciones de clase y género, sobre diferentes períodos socio-históricos y las cambiantes expectativas del público, sobre las dinámicas del filme de género, o simplemente sobre la evolución de las prácticas económicas de la industria.¹

En este trabajo nos va a interesar una variedad muy concreta del *remake* que se puede denominar la versión espacial, la utilización por parte de Hollywood de obras de cinematografías extranjeras (fundamentalmente de Francia, pero también de Alemania, Italia, Holanda y Japón por sólo citar algunas) como base de sus propias producciones. Un primer acercamiento al *remake* desde la perspectiva de un mundo en pleno proceso de globalización puede considerarlo una práctica hegemónica que buscar asimilar y neutralizar las narrativas de culturas diferentes. Thomas Leitch (2002, p. 56), en una de las aportaciones seminales al estudio del *remake*, lo resumió de una forma bastante acertada:

El objetivo del remake contemporáneo no es trasladar un lenguaje, sino una cultura, apelando al aura de sus originales como europeos, serios, complejos, adultos filmes de arte y ensayo mientras domestican precisamente los elementos que crearon esa aura en primer lugar.

La homogeneización es uno de los elementos esenciales del llamado discurso del globalismo, aquel que define el determinismo de un proceso globalizador que supone que todas las voces diversas queden asimiladas en torno a una voz única, una realidad que ha sido ampliamente estudiada por autores como Manuel Castells (1999) y Armand Mattelart (1998) en el ámbito de los medios de comunicación. El encaje del *remake* en este planteamiento es claro. Uno de los pilares del globalismo es la consideración de que la civilización euro-norteamericana está destinada a imponerse a nivel universal porque así lo marca el hecho de que está en un mayor nivel de evolución (Moreno, 1999, p. 104). De forma equivalente, se puede considerar que es la industria cinematográfica norteamericana, que se encuentra en el desarrollo más alto, la que debe convertirse en preponderante a nivel universal fusionándose con la cinematografía europea a través de la asimilación de sus profesionales y materiales narrativos. Es imposible negar que el cine occidental en su conjunto ha ofrecido una visión

eurocéntrica de la sociedad y de la historia, pero, como Ella Shohat y Robert Stam (2002, p. 25) han señalado, es posible una alternativa:

Si el cine dominante ha caricaturizado históricamente a las civilizaciones distantes, los medios de comunicación hoy tienen muchos más centros, y tienen el poder no sólo de ofrecer representaciones compensatorias sino también de abrir espacios paralelos para una formación multicultural simbiótica.

Por su parte, Román Gubern (2000) ha incidido en el hecho de que el proceso de globalización y los megamercados audiovisuales dejan resquicios por los que se puede colar la producción más independiente y minoritaria, lo que él ha denominado la cultura intersticial. Desde aquí lo que proponemos es precisamente aprovechar la popularidad de los *remakes* norteamericanos para apoyar la utilización didáctica de un cine intercultural en el sentido más abierto del término, es decir, no sólo un cine que reflexione sobre la interculturalidad, sino que también ayude a poner las bases de un entendimiento intercultural. En este punto el *remake* cinematográfico puede ser utilizado como una herramienta didáctica a través de dos actividades: su utilización para fomentar el conocimiento de otras culturas y el análisis del diálogo cultural establecido entre un texto original y su versión.

El remake como puerta a otra cultura

Para Rodrigo Alsina (1999, p. 12) pertenecer a diferentes culturas es sentirse diferente e interpretar las cosas de diferente manera: "Desde mi punto de vista podemos hablar de comunicación intercultural como la comunicación entre aquellas personas que poseen unos referentes culturales tan distintos que se autoperciben como pertenecientes a culturas diferentes". Pero hay que tener presente que sobre la comunicación intercultural se cierne la amenaza del etnocentrismo (Rodrigo Alsina, 1999, p. 82):

La creencia en que nuestro grupo es más importante o culturalmente superior a los otros. Esta incapacidad se fundamenta también en el desconocimiento de "el otro", en la ausencia de información, ya que el conocimiento es reemplazado por el estereotipo.

No es necesario incidir en la poderosa influencia que el cine norteamericano tiene a nivel mundial y cómo, a pesar de las medidas proteccionistas, ninguna industria local es capaz de hacerle frente. No se pretende aquí analizar las causas de este hecho (el doblaje, medidas de promoción insuficientes, falta de desarrollo industrial, desconexión entre los profesionales y el público), sino atestigar una realidad. En el caso de España el cine producido localmente sólo logró una cuota de mercado a nivel de recaudación del 13,4%, mientras que el cine norteamericano llegó al 69,75%.² Un espectador, ya sea a través de filmotecas, videoclubes, canales temáticos de la televisión de pago o a través de tiendas en Internet puede acceder si lo desea a las películas más variadas. Pero primero debe saber que tales películas existen y tener interés en verlas, ya que rara vez se programan en televisión en horarios de máxima audiencia, no son promocionadas con caras campañas y tampoco están protagonizadas por iconos internacionales. Para la mayor parte de los ciudadanos las diferentes culturas que existen en el mundo con la excepción de la propia y la norteamericana sólo existen cuando alguna catástrofe las lleva a los informativos. El *remake* es una eficaz forma de superar ese desencuentro aprovechando la popularidad de muchas de las versiones realizadas en Estados Unidos y de la familiaridad del público con sus argumentos. El *remake* sólo servirá aquí para acercarse a las culturas europeas o con una evidente influencia occidental, pero en cualquier caso es un buen punto de partida para hacer patente que existe un cine de interés más allá del norteamericano.

En Europa la fuerza del cine norteamericano es especialmente fuerte a pesar de que año tras año se fortalece la idea de que la Unión Europea debe ser cada vez menos un entorno económico y político para pasar a ser cultural. Sin embargo, el cine europeo (al igual que otro tipo de producción audiovisual como series de televisión) apenas logra relevancia. Si se desconoce la producción cultural de países cercanos con los que se mantienen estrechos vínculos económicos, políticos y sociales, más difícil será si cabe romper la barrera hacia identidades con menos puntos en común. Esta familiaridad puede ser clave para introducir al espectador incluso a las obras más arriesgadas, como puede ser el caso de la película alemana *Der himmel über Berlin* (1987), que desarrolla una narrativa poco convencional a partir de la peripécia de un ángel que decide abandonar su existencia divina para conocer el amor de la mano de una artista circense. Su versión norteamericana, *City of angels* (1998), recuperaba la idea básica pero le daba un tratamiento más convencional en clave de un drama romántico. El análisis del simplificado mensaje de la versión (la dificultad de lograr la felicidad, el lugar del individuo en una sociedad deshumanizada) es el punto de partida para hacer más accesible la compleja narrativa de *Der himmel über Berlin* y también entender el proceso de transformación de una sociedad protagonista de unos de los episodios más infames de la historia moderna. *The birdcage* (1996) sería un punto de partida para conocer la comedia francesa a través de *La cage aux folles* (1978) de la misma forma que la popularidad de una estrella internacional como Richard Gere puede servir para estimular el acceso a dramas como *A bout de souffle* (1959), *Le retour de Martin Guerre* (1982), *Les choses de la vie* (1970) y *La femme infidèle* (1969), respectivamente las versiones originales de sus películas *Breathless* (1983), *Sommersby* (1993), *Intersection* (1994) y *Unfaithful* (2002). Más ambicioso será el salto a la cultura asiática a través de las versiones de películas de Akira Kurosawa o los referentes de títulos de terror como *The ring* (2002) o *The grudge* (2004). La realización más fundamental será la constatación de que en películas procedentes de cinematografías poco conocidas se pueden encontrar argumentos tan interesantes y atractivos como para que sean apropiados por Hollywood, pero también es una forma de acercarse a otras formas culturales diferentes, como puede ser el caso de utilizar el western *The outrage* (1964) no sólo para introducir el cine japonés de la mano de su original *Rashomon* (1950), sino también los relatos cortos de Ryunosuke Akutagawa que inspiraron a Akira Kurosawa en primer lugar.

El remake como reflexión sobre las diferencias culturales

El *remake* puede ser utilizado para algo más que para despertar interés en la muy a menudo ignorada producción cultural de otros países, ya que también puede ser el punto de partida de un auténtico diálogo intercultural entre dos formas diferentes de ver la realidad. Es por ello que buena parte de los análisis que se han realizado sobre el *remake* han partido precisamente de los estudios culturales. En sendas obras monográficas Carolyn Durham (1998) y Lucy Mazdon (2000) han analizado desde este punto de vista cómo se tratan de diferente manera nociones como la sexualidad, la clase social, la masculinidad y feminidad, la maternidad, la orientación sexual, la etnicidad y otro tipo de conceptos tradicionalmente tratados en el campo de los estudios culturales. No se trata de establecer jerarquías entre cuál planteamiento es mejor o peor, sino simplemente reconocer que las diferentes culturas se acercan a la realidad de manera diferente y que todas pueden ser igualmente válidas. Una de las películas más propicias para este tipo de análisis es la comedia *Trois hommes et un couffin* (1985) y su exitosa versión norteamericana *Three men and a baby* (1987). Ambas reproducen el argumento básico (tres hombres solteros que deben hacerse cargo de la hija recién nacida de uno de ellos abandonada por su madre), pero le dan un tratamiento diferente, tal y como ha analizado Lucy Mazdon (2000, pp. 54-60). Mientras que con el realismo crítico francés los protagonistas se encontraban constantemente en situaciones incómodas, con el optimismo norteamericano los hombres conseguían cuidar de la niña y mantener sus relaciones personales y sus trabajos. La versión francesa también opta por cuestionar el papel de la masculinidad haciendo que ante la crisis de perder al bebé con el

que se han encariñado, los hombres adopten una actitud pasiva. Por el contrario, la versión norteamericana ofrece una visión que refuerza la masculinidad de los tres protagonistas, que deciden actuar para intentar recuperar a la niña. Incluso las tramas secundarias ofrecían una forma diferente de acercarse a la realidad. Ante la tesisura de qué hacer con un envío de droga que les ha llegado por error, los protagonistas de *Trois hommes et un couffin* consiguen utilizar el ingenio para llevárselo a sus propietarios sin que la incompetente policía los descubra. Sin embargo, en la versión norteamericana, que surge en una sociedad fundada sobre un orden justificado a menudo por maniqueísmos morales, la policía es más eficaz y los protagonistas se muestran más heroicos en su empeño de llevar ante la justicia a los narcotraficantes.

Igualmente son patentes las diferencias en el tratamiento del argumento básico de *Profumo di donna* (1974) y *Scent of a woman* (1992). Ambas historias tratan sobre un militar ciego que desea pasar un fin de semana de diversión antes de suicidarse y en los dos casos al final el hombre consigue encontrar una salida a su situación. Sin embargo, mientras que en el original el retrato del militar al que daba vida Vittorio Gassman era ácido y desmitificador, en la versión se cubre de heroísmo a su equivalente, interpretado por Al Pacino. Precisamente la caracterización del poder suele ser uno de los elementos donde se ofrece una representación más desigual. Mientras que en la película *Insomnia* (1997) el protagonista, un siniestro policía, lograba salirse con la suya, en *Insomnia* (2002) su equivalente acababa redimiéndose muriendo heroicamente después de confesar sus delitos. El realismo irónico inglés de *Get Carter* (1971) y *The Italian job* (1969) era sustituido por el optimismo norteamericano en sus versiones *Get Carter* (2000) y *The Italian job* (2003), que respectivamente permitía a su protagonista abandonar la delincuencia (en el original era asesinado) y recompensaba a una banda de ladrones con el botín de un espectacular robo (en el original se quedaban colgando de un precipicio). Y es que a pesar de partir de argumentos similares, un análisis de los valores expresados en una película europea o asiática y su versión norteamericana dará a menudo resultados altamente dispares.

Conclusión: Tortilla soup como experiencia de un remake glocalizado

En los puntos anteriores se han propuesto dos fórmulas con las que el *remake* cinematográfico puede utilizarse para avanzar hacia una comunicación intercultural. La primera ha buscado revertir una imposible intencionalidad culturalmente homogeneizadora utilizando para reivindicar sus originales y por tanto también las cinematografías europea y asiática. La segunda fórmula ha buscado incidir en las posibilidades del diálogo intercultural analizando cómo se forman diferentes identidades sobre relatos similares y se plantean valores diversos, pero no por ello excluyentes entre sí, ante temas como la violencia, la sexualidad, la masculinidad y feminidad, la clase y un largo etcétera. Una buena forma de concluir este trabajo es destacando uno de los remakes cinematográficos más interesantes desde el punto de vista de la comunicación intercultural: *Tortilla soup* (2001), la versión norteamericana de la película taiwanesa *Yin shi nan nu* (1994). *Tortilla soup* es un ejemplo de un tipo de remake integrador que supone una enriquecedora variación del original mostrando cómo puede funcionar en un entorno étnico diferente y por ello se puede afirmar que es un ejemplo de discurso *glocalizador*. El término *glocalización* fue introducido por Roland Robertson, uno de primeros investigadores que analizó los procesos de globalización desde una perspectiva crítica (Moreno, 1999, p. 109). El autor divulgó el término, resultado de fusionar las palabras globalización y localización, para enmarcar la idea de que mientras el mundo se va haciendo más interdependiente y se refuerza la noción de vivir en una comunidad global, también se implementa la reivindicación de los vínculos y las identidades locales. Como *remake* que toma como base la producción cinematográfica de otro país, *Tortilla soup* supone un discurso globalizador, pero también se muestra una tendencia localizadora con la elección de trasladar la acción a un entorno étnico como la comunidad hispana de la ciudad de Los Ángeles, cuyo propósito final es buscar como público a los casi

treinta y nueve millones de norteamericanos que se declararon de origen hispano en el último censo realizado en el país y que colocó a la comunidad hispana como la principal minoría étnica al representar el 13,5% de la población total.³ En *Tortilla soup* se potencia la música como forma de expresión personal junto con la comida. Ambas son las muestras culturales latinas que más aceptación reciben por parte de la sociedad en su conjunto y en la película se ahonda en ello resaltando que son un vehículo por el que la identidad latina muestra su libertad y emotividad. La riqueza y belleza estética de sus platos es la forma en la que Martín Naranjo (Hector Elizondo) expresa el amor por sus hijas Leticia, Carmen y Maribel, de la misma forma que éstas reestablecen su comunicación y demuestran la profundidad del vínculo que las une cantando en la cocina de su casa la canción *Perhaps, perhaps, perhaps*. La música latina envuelve una historia en la que los personajes hablan mucho más, expresan de una forma más libre sus sentimientos y aceptan las vicisitudes de la vida de una forma mucho más abierta que en el original taiwanés.

La localización del argumento en una comunidad hispana también permite tratar temas como la integración y el multiculturalismo. Las hijas de Martín se expresan a menudo en *spanglish*, lo que lleva a su padre a exigirles una y otra vez que lo hagan en inglés o en español, nunca con la mezcla de los dos idiomas. En *Yin shi nan nu* el director Ang Lee había utilizado a un personaje, el ejecutivo Li Kai (Winston Chao), para mostrar el desarraigo que un chino sentía en Estados Unidos, un lugar en donde había perdido su identidad. En *Tortilla soup*, desarrollada precisamente en ese país, se ofrece una visión más optimista. El uso del *spanglish*, que Martín rechaza pero finalmente acaba aceptando, es una eficaz metáfora para evidenciar que la integración no puede llegar si se renuncia a las raíces (hablando sólo inglés) o se ata uno en exceso a ellas (rechazándolo), sino que quizás la solución sea desarrollar un nuevo discurso en donde lo local y lo global tengan a la vez cabida. La única alteración reseñable en el argumento de *Tortilla soup* respecto a *Yin shi nan nu* es el camino tomado por la hija mediana, la ejecutiva Carmen (Jacqueline Obradors), que al contrario que en el original renuncia a un puesto de ejecutiva en el extranjero para montar su propio restaurante. Y el minimalista final de *Yin shi nan nu* es sustituido por uno más vitalista que muestra una alegre reunión familiar en el restaurante de Carmen, en donde de nuevo la tolerancia, la alegría y la comida aparecen como elementos equivalentes. Desarrollándose en un entorno étnico con optimismo y de una manera desdramatizada, *Tortilla soup* es una película especialmente apta para tratar la interculturalidad desde una perspectiva cinematográfica y que, aunque sea de forma testimonial, también redime al remake como una práctica tendente a la homogeneización cultural.

Notas:

1Traducción propia para todas las citas de obras escritas en un idioma diferente del castellano salvo mencionado lo contrario.

2Datos oficiales del Ministerio de Cultura de España correspondientes al año 2004. Documentos disponibles en: <<http://www.mcu.es/cine/jsp/plantilla.jsp?id=851&contenido=/cine/cvdc/mc/2004/cuota.jsp>> y <http://www.mcu.es/cine/jsp/plantilla.jsp?id=851&contenido=/cine/cvdc/mc/2004/peliculas_espa%F1olas.jsp> (12-03-2005).

3Datos de la Oficina del Censo de Estados Unidos disponibles en: <<http://www.census.gov/Press-Release/www/2003/cb03-100.html>> (20-08-2004).

Referencias:

- Castells, M. (1999). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Durham, C. (1998). Double takes: Culture and gender in french films and their american remakes. Hanover, Estados Unidos: University Press of New England.
- Gubern, R. (2000). El eros electrónico. Madrid, España: Taurus.
- Forrest, J. y Koos, L. (eds.) (2002). Dead ringers: The remake in theory and practice. Albany, Estados Unidos: State University of New York Press.
- Leitch, T. (2002). Twice-told tales: Disavowal and rhetoric of the remake. En Forrest, J. y Koos, L. (eds.). *Dead ringers: The remake in theory and practice* (pp. 37-62). Albany, Estados Unidos: State University of New York Press.
- Limbacher, J. (1979). Haven't I seen you somewhere before?: Remakes, sequels, and series in motion pictures, videos, and television, 1896-1978. Ann Arbor, Estados Unidos: The Pierian Press.
- Mattelart, A. (1998). La mundialización de la comunicación. Barcelona, España: Paidós.
- Mazdon, L. (2000). Encore Hollywood: Remaking french cinema. Londres, Reino Unido: British Film Institute.
- Moreno, I. (1999). Globalización, identidades colectivas y antropología. En Rodríguez Campos, J. (coord.). *VIII Congreso de Antropología: Las identidades y las tensiones culturales de la modernidad* (pp. 95-137). Santiago de Compostela, España: Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español y Asociación Galega de Antropoloxía.
- Nowland, R. y Wright Nowland, G. (1989). Cinema sequels and remakes, 1903-1987. Jefferson, Estados Unidos: McFarland & Company.
- Rodrigo Alsina, M. (1999): Comunicación intercultural. Barcelona, España: Anthropos.
- Shohat, E. y Stam, R. (2002). Multiculturalismo, cine y medios de comunicación. Barcelona, España: Paidós.

Mtra. Concepción Carmen Cascajosa Virino

Investigadora, España.