

---

# Historia de dos películas Globalización e hibridación en la producción cultural

Georgette Wang y Emilie Yueh-yu Yeh

## *Hibridismo, hibridación y cultura global*

La globalización se ha visto como un proceso, pero también como un proyecto; como una realidad, pero también como una idea (Mattelart). Existe un permanente debate sobre su aparición, definición y resultado final. Muchos creen que con el auge de la globalización surgirá una cultura global. Pero las opiniones se dividen cuando se trata de decidir cuál será la naturaleza de esa cultura: ¿será un sistema único y homogéneo caracterizado por la convergencia y la presencia de lo «universal» en lo «particular» (Wallerstein), o un conjunto de «particularismos» que destaque unas interconexiones a larga distancia (Hannerz)? Con el ascenso del postcolonialismo, el concepto de hibridismo se ha convertido en una nueva faceta del debate sobre la cultura global en las ciencias sociales.

El hibridismo abre lo que H. Bahbha llama «un tercer espacio» cuyos elementos se transforman recíprocamente (R. Young; N. Pastergiadis). Es, al mismo tiempo, el lugar de lucha y resistencia contra las potencias imperialistas (Kraidy). Con el fin de abolir las distinciones entre centro y periferia y otras formas de oposición binaria, esta interpretación post-colonial del cambio cultural se aparta significativamente del modelo de difusión lineal «de Occidente hacia el resto». Supone un desafío directo al esencialismo, según Pierterse, al desestabilizar el concepto introvertido de cultura oculto bajo ideologías como el nacionalismo romántico, el racismo y el esencialismo cultural. Nos ayuda a liberarnos de los límites de la nación, la comunidad, la identidad étnica o la clase, al presentarnos un «caleidoscopio de experiencia colectiva en movimiento».

La hibridación ofrece un resultado de la globalización cultural que no es la occidentalización hegemónica o la diversidad postmoderna. Sin embargo, el concepto de hibridación no llega a reconocer las desigualdades estructurales, y ha sido acusado de convertirse en un discurso neocolonial cómplice del nacionalismo transnacional. Otra debilidad del concepto (ésta quizá más fundamental) radica en su poder intelectual. La historia de la hibridación de las culturas metropolitanas, como indica J. N. Pierterse, muestra que, con sus altos y bajos, sus aceleraciones y desaceleraciones, ha estado produciéndose sin pausa. Por otra parte, la hibridación no es una característica propia sólo de determinadas sociedades; el espectro de la criollización, como ha observado U. Hannerz, se extiende de la metrópolis del Primer Mundo a la aldea del Tercero. Así pues, el hibridismo continúa siendo «la condición de todas las culturas humanas, que no contienen áreas puras por estar sufriendo continuos procesos de transculturación», como concluye R. Rosaldo. En este sentido, la hibridación es una tautología, y la globalización no provoca otra cosa que la hibridación de culturas que ya son híbridas.

La escasez de investigaciones sobre este tema expresa los dilemas políticos y ontológicos que conlleva la utilización del concepto como instrumento de análisis (M. M. Kraidy). En ninguna parte podemos encontrar tan abundantes y convincentes pruebas de la hibridación de lo híbrido como en los productos culturales, en la medida en que la imitación, el préstamo, la apropiación, el aprendizaje recíproco y la representación socavan cualquier posibilidad de producción cultural original. En un entrevista publicada en el *New York Times*, Baz Luhrmann, director de *Moulin Rouge*, admitía que la idea de combinar en su película alta comedia, tragedia, canciones y bailes estaba profundamente influida por el cine de Bollywood. A su vez, a la hora de buscar inspiración, las películas de Bollywood recurren a relatos mitológicos, clásicos, folclóricos, al teatro moderno, a la televisión musical (MTV) y a Hollywood, y son por tanto híbridos en sí mismas (A. Ciecko). En el negocio de la producción cultural, los límites y restricciones sirven sólo para reprimir la creatividad, no para reforzarla.

La cuestión no es encontrar pruebas de hibridación en los productos culturales, sino, asumidas las prácticas globalizadas en la producción de las industrias culturales, descubrir los términos y condiciones en que se desarrollan, la forma en que se ha alcanzado la hibridación, y las características culturales que los productos finales exhiben. Como ha señalado J. M. Chan, asistimos a un «toma y daca» entre culturas que se encuentran, a un complejo y multifacético juego de fuerzas. Sin embargo, se siguen planteando urgentes cuestiones sobre quién da y quién toma qué, cuál ha sido el resultado de ese dar y tomar dentro del marco industrial existente, y qué consecuencias tienen para el debate sobre la globalización las respuestas a esas preguntas.

### *Deculturación, aculturación y reculturación*

A medida que la televisión por cable y por satélite proliferaba en los años 90, la demanda de películas y programas de televisión se multiplicaba por más de veinte. Esta demanda ha llevado a la localización de los productos globales y a la globalización de los productos locales a una escala sin precedentes. El fenómeno permite a los productores tomar en préstamo ideas para ilustrar un modelo de historia establecido o llevar a cabo ajustes de contenido que respondan a las necesidades de un público distinto, pero también crea la obligación de adaptar, presentar bajo un nuevo envoltorio o transformar un producto existente para hacerlo más atractivo a diferentes grupos de espectadores.

Con este objetivo –o simplemente como reflejo del modo en que hoy se organiza la producción– ha surgido un conjunto de estrategias de diseño de contenidos que quitan, incorporan, transforman o redefinen elementos relacionados con la localización geográfica, la época, la situación social, política y económica o determinados valores y prácticas culturales.

C. C. Lee usa el término «deslocalización» para describir la pérdida de importancia de los elementos locales con el fin de crear contenidos que sean «más aceptables» para un público más amplio y diversificado en la forma (con el doblaje, por ejemplo) y en el contenido, y el término «relocalización» para describir la incorporación de elementos locales a productos transnacionales. Los mismos conceptos sirven para describir la globalización de productos locales y la localización de productos globales.

En películas como *Mulan* (Tony Bancroft y Barry Cook, 1998) el significado de «local», que al principio hacía referencia al factor espacial, se amplía hasta abarcar una combinación de lo espacial y lo temporal, o, concretando más, adquiere una denotación cultural. Por medio del proceso de deculturación, todos los elementos cultu-

rales específicos –incluidos los étnicos, históricos o religiosos– que dificultan la recepción intercultural o son juzgados inapropiados para un nuevo estilo de presentación, pueden adaptarse a un modelo narrativo familiar que disminuya las diferencias culturales y garantice su comprensión por parte de distintos grupos de espectadores. El resultado es la aparición de un nuevo género de películas y programas de televisión: el producto cultural «aculturado».

Al analizar la difusión en Asia de los productos culturales japoneses, K. Iwabuchi señalaba que una de las principales razones de su éxito es la falta de características japonesas típicas: «no invocan imágenes de Japón, ni por tanto una presencia cultural japonesa...» *Mu-kokuseki*, un término japonés que equivale a «acultural», se refiere a algo o a alguien que carece de nacionalidad, y a la «supresión de características étnicas, raciales o de cualquier otro contexto que asignen los personajes a una cultura o un país específicos». Es un rasgo propio no sólo de la animación japonesa, sino también de productos como el karaoke, los juegos de ordenador o los comics. En lugar de iconos tradicionales como el kimono, el baile bon o el sumo, los productos culturales japoneses muestran hoy personajes de dibujos animados con grandes ojos redondos y chicas con calcetines hasta las rodillas. Esta falta de «perfume» cultural, que da hoy a las exportaciones culturales japonesas una real ventaja competitiva, es según Iwabuchi resultado del dominio estadounidense en los años 50 y comienzos de los 60.

Los programas de televisión norteamericanos y la mayoría de los grandes éxitos de Hollywood han sido acusados durante mucho tiempo de adoptar una fórmula universal que los hace capaces de salvar barreras culturales y hacerse con un mercado transnacional: la suya sería la misma falta de rostro cultural que se observa en los productos japoneses. Lo normal es que presenten un mundo fantástico de romance y aventura, construido con deslumbrantes efec-

tos visuales y auditivos, historias fácilmente comprensibles y llenas de peligros que raramente dejan de atrapar la atención unánime de los espectadores, independientemente de su edad, género o diferencias étnicas, religiosas, sociales y culturales.

Aunque la deculturación puede ser la clave para entrar en el mercado global, el punto de vista «acultural» es en realidad engañoso, pues no hay posibilidad de contar una historia sin referirse a creencias, actitudes, valores y modelos de comportamiento. Cuando los personajes son empujados a la acción y toman decisiones, aparecen las creencias y valores subyacentes. No hace falta ser un espectador especialmente atento para darse cuenta de que en la batidora cultural de los éxitos de Hollywood, los superhéroes, los guerreros del espacio, los jóvenes aventureros e incluso los encantadores príncipes del mundo animal son descritos como grandes triunfadores que, habiendo ascendido desde abajo, desempeñan el papel de guardianes de la libertad, la igualdad y la paz. Así pues, la reculturación es frecuentemente tan simbiótica de la deculturación como lo es de la aculturación.

### *Historia de dos películas*

En 2001, una película de artes marciales hablada en chino se convirtió en la película americana realizada en una lengua extranjera de mayor recaudación (J. Lahr) de la historia de Hollywood<sup>1</sup>. *Crouching Tiger; Hidden Dragon* (Tigre y dragón, Ang Lee, 2000), cuenta con casi todos los ingredientes de lo auténticamente chino. Inspirada en una novela publicada en China a comienzos de los años 30, ofrece una romántica historia de artes marciales ambien-

---

<sup>1</sup> Este record de recaudación ha sido recientemente superado por otra película en lengua extranjera, *La Pasión de Cristo* (2004).

tada en la antigua China. El carácter chino del film viene dado también por las escenas de luchas de espadachines, los trajes de época, una ambientación basada en los iconos chinos y un reparto totalmente chino que habla toda la película en mandarín. Sin embargo, hay un aspecto de la producción que diferencia el filme de otras películas chinas de artes marciales: fue realizada con un ojo puesto en el mercado global, financiada a través de la venta de los derechos de exhibición internacional antes de empezar el rodaje y de obligaciones y créditos bancarios, y distribuida por una transnacional. A pesar de algunas malas críticas, el éxito en la adaptación de una historia étnica a los gustos de una audiencia global pone de manifiesto dos características estrechamente relacionadas de la actual producción cultural: el papel indispensable de los mecanismos capitalistas en la financiación, mercadotecnia y distribución, y la aparición de la fusión y la hibridación cultural como estrategia dominante en el diseño de un contenido transnacional.

Hablando en propiedad, *Tigre y dragón* no es la primera película de su clase con escenarios, personajes, acciones y motivos narrativos específicamente chinos. El interés de Hollywood por los temas o motivos chinos se inició en la segunda década del siglo XX. Muchas de las películas que utilizan tales temas fueron criticadas por reforzar los estereotipos chinos del imperialismo occidental o por recrear lo que Edward Said ha llamado «fantasía oriental». Esto no ha hecho que Hollywood dejase de apropiarse de historias chinas o de utilizar ambientaciones chinas. *Mulan* es el más destacado ejemplo en el reciente Hollywood de narración oriental tomada en préstamo y adaptada para ser convertida en éxito mundial. En contraste con *Tigre y dragón*, que es una película «artística» hecha en chino y por chinos, *Mulan* es un producto de Hollywood realizado para el consumo global por una gran compañía. A pesar del origen chino de la historia, como película de dibujos de Disney *Mulan* es un producto global *par exce-*

llence<sup>2</sup>. Su paso de cuento popular chino a éxito mundial da muestra de un proceso de hibridación en espiral. *Tigre y dragón* y *Mulan* representan así dos diferentes tipos de hibridación en el actual paisaje mediático, caracterizado por un flujo cultural global. La una se vale de una estrategia «glocal» de incorporación de elementos de financiación transnacionales y de la estética de una película «artística» para contar una historia aparentemente local; la otra toma una historia de origen extranjero y la incorpora al gigantesco panteón Disney. Ambas películas son productos de entretenimiento hibridizados, pero abordan de distinto modo el proceso de mezclar y combinar diferentes elementos culturales y sociales. En lo que sigue, empleamos los términos «deculturación», «aculturación» y «reculturación» para describir y analizar los muchos rostros de la hibridación. Al analizar dos híbridos, conseguimos una detallada descripción de las condiciones de la globalización. Nuestra tesis es que globalización e hibridación se han vuelto cada vez más interrelacionadas y multivalentes, y que el flujo de capitales, talento e ideas no se lleva a cabo en un único sentido.

### *Heroína china y multiculturalismo americano*

La historia de *Mulan* se basa en un romance popular escrito bajo la dinastía Wei (383 a 534 a. C.) sobre una legendaria muchacha de catorce años, Mulan, que se une al ejército en sustitución de su anciano padre para luchar contra los invasores del norte. Existen

---

<sup>2</sup> *Mulan* recaudó en los Estados Unidos 303.500.000 de dólares, y alcanzó el puesto 66 en la lista de los 100 mayores éxitos de taquilla mundiales de todos los tiempos. Es también una de las cinco películas más rentables de Disney. *Tigre y dragón*, con una recaudación total en las taquillas de Estados Unidos de 13.200.000 dólares y numerosos premios internacionales, incluido el Óscar a la mejor película en lengua extranjera, fue la «película no estadounidense» de mayor éxito de todos los tiempos.



varias versiones de la historia, aunque todas comparten la premisa de lo inverosímil que resulta el que Mulan consiga hacerse pasar por un guerrero. El padre de Mulan está enfermo cuando recibe la orden de incorporarse al ejército. El sistema de reclutamiento vigente en ese momento exige que al menos un hombre de cada familia se incorpore al ejército para defender el país. Mulan, como hija devota, se enrola en el ejército voluntariamente –ocultando su género– para reemplazar a su padre. La muchacha sobrevive milagrosamente a diez años de guerra, y combate tan bien que es condecorada por el emperador. Pero no acepta el alto cargo que éste le ofrece y regresa a la casa paterna. La historia, que propone a Mulan como modelo, es uno de los diez cuentos populares más famosos de China, enaltecedor al mismo tiempo del amor filial y del patriotismo. Sobre ella se han hecho óperas, series de televisión y al menos dos películas anteriores a la producción Disney. La estrella china Michelle Yeoh la ha convertido después nuevamente en una película de artes marciales titulada *Hua Malan* (2004), con efectos especiales y rodada en escenarios chinos.

Comparada con la historia china en sus diversas formas, la versión de Disney ha introducido significativos cambios, mientras que las adaptaciones chinas anteriores se han mantenido relativamente fieles. Aquí habría que señalar las estrategias utilizadas por Disney para transformar una leyenda china en un producto moderno y entretenido dotado de cierta distinción o sabor cultural. El producto de entretenimiento, fiel a la marca Disney, contiene un núcleo de individualismo al estilo americano en un contexto de reafirmación étnica y de género. Y dicho núcleo está en contradicción con la ideología del material original chino.

La película de Disney presenta a Mulan mediante una serie de *gags* cómicos contruidos a partir de malentendidos y peleas típicos de dibujos animados tempranos de Disney como las *Silly Symphonies* (1927). Es lo opuesto al modo en que se presenta a Mulan en

la historia china original. El poema chino empieza con Mulan retirándose al telar, lugar tradicional de la mujer, para pensar en qué forma podrá ayudar a su familia. Mientras que la historia china caracteriza a Mulan como una muchacha silenciosa y reflexiva que en el ámbito doméstico atiende a tareas como la de tejer, la Mulan de Disney es vivaz, poco femenina e inapropiada como ideal de mujer. Esta diferencia fundamental representa la familiar dicotomía entre la antigua China y el moderno Occidente. Mientras que la historia china pasa inmediatamente al plan de acción de Mulan como hija abnegada, la Mulan de Disney fracasa espectacularmente en las pruebas a que se ve sometida para convertirse en novia y esposa. Desalentada, empieza a dudar de sí misma. La oportunidad de redención se le presenta al estallar la guerra. Quiere probar a los demás y a sí misma que puede honrar a su familia no a través del matrimonio, sino asumiendo la obligación masculina de combatir. El rasgo cultural chino de la piedad filial ha dado paso a la búsqueda de la realización personal.

Otro importante cambio en la versión de Disney se relaciona con los temas del travestismo y la ambigüedad sexual. En el romance chino esos aspectos se manejan con sutileza y una comprensión irónica de lo inverosímil que resulta una mujer que sirve en el ejército como hombre. En la historia original no se descubre que Mulan es mujer hasta que decide volver al hogar. Cuando Mulan llega a su casa acompañada de sus amigos soldados se pone sus antiguos vestidos. Al ver a un gran guerrero vestido de mujer, sus compañeros quedan muy sorprendidos: ¿en diez años no habían tenido la menor idea de que ella fuese una mujer! La obra china acaba con una analogía para explicar la ambigüedad de la identidad sexual y la facilidad con que puede engañar al ojo del observador. Tal vez Mulan parezca un hombre, lo que a su vez pone en cuestión las presunciones en que se basan los estereotipos sexuales. Esta coda subversiva fue considerada demasiado amenazado-

ra para la imagen popular de Disney, por lo que la neutralizaron haciendo que la identidad de Mulan quedase desvelada a mitad de la historia, siguiendo un típico desarrollo narrativo en el que la heroína ha de encontrarse con obstáculos antes de alcanzar la victoria final. En la película, Mulan es expulsada del ejército cuando se descubre su identidad, pero poco después prueba que las chicas también saben luchar, mejor incluso que los hombres. La necesidad de travestirse se convierte, al final, en una hábil táctica militar.

A la hora de dar vida a una historia desconocida por el resto del mundo, han intervenido al menos dos procesos de hibridación cultural. El primero está relacionado con la mezcla de la iconografía cultural y los sonidos de la antigua China, incluyendo pagodas, sauces y vestidos largos y holgados, así como música china clásica. Estos iconos culturales pueden ser utilizados de un modo simplemente instrumental para asegurar una apariencia de otredad. En el segundo proceso, el *Mulan* de Disney supone una versión hollywoodense del multiculturalismo que glorifica la multiplicidad de cultura, etnicidad, nación, género y raza. Pensemos en las voces que doblan a los principales personajes de la película: el afroamericano Eddie Murphy es el pequeño dragón, Mushu; la china americana Ming-na Wen es Mulan; B. D. Wong dobla al jefe militar de Mulan, el general Li Shang; y James Hong al compañero de Mulan, el soldado Chi Fu.

Es evidente que la versión de *Mulan* de Disney se presenta como una película multicultural realizada para un vasto público que incluye a blancos, judíos, africanos y asiáticos americanos. Al hacer esto, Disney juega con varios estereotipos existentes acerca de los asiáticos americanos y su cultura. El nombre del pequeño dragón, Mushu, trae inmediatamente a la memoria la comida étnica, ya que el «cerdo mushu» es un popular plato de comida preparada china. Debido a ello, Mushu es un tipo etno-cómico fácilmente re-

conocible que asociamos mentalmente con varias convenciones genéricas, del mismo modo que su nombre evoca un barato y sabroso plato de cerdo frito con verduras. Lo más interesante en el personaje de Mushu es la elección del actor que le pone voz: Eddie Murphy. Murphy es una gran estrella conocida por interpretar a personajes fanfarrones y bromistas en convencionales comedias de acción norteamericanas. En las películas de la serie de gran éxito *Un poli en Beverly Hills*, Murphy interpreta no a un perdedor, sino a un pez fuera del agua que derrota en su propio terreno a los estirados caucásicos. En *Mulan* nadie se come a Mushu, pero éste es un mequetrefe desvalido, una calamidad de dragón que intenta ganarse sus galones. Al principio es cobarde, estúpido y lo que le mueve es la posición social. Esto crea un buen paralelismo con Mulan, ya que al comenzar la película ella es una hija inútil: «Tú nos honrarás a todos» suena muy irónico, dadas sus inclinaciones poco femeninas.

Mulan no se ajusta al destino femenino según lo fijan los respetables criterios patriarcales, y Mushu carece de la estatura y los poderes místicos que corresponden a un dragón chino, pero al final ambos demuestran su valía. Mulan se hace pasar con éxito por soldado y conductor de hombres, lo que consigue cuando los hermanos de su banda se infiltran en el palacio y, travestidos, derrotan a los hunos. Mushu obtiene la misión de ayudar a Mulan porque pretende ser el gran dragón de piedra. Engaña al principal antepasado y en la siguiente escena trata de engañar a Mulan (el caballo de ella le dará una buena paliza), pero se prueba a sí mismo que sirve para algo a pesar de su diminuto tamaño.

Mulan y Mushu se imponen a través de la impostura y el engaño al tiempo que logran mantener sus personalidades reales. El «mensaje» de la película, como la canción del final, «Sé fiel a tu corazón», explícita, es que la autenticidad no depende del papel social de cada uno, sino de lo que uno es por dentro, así como de la

necesidad de asumirlo. Al final, Mulan consigue cumplir las expectativas de su padre, restaura el honor familiar y, como es habitual en las heroínas de Disney (J. Wasco), encuentra a su príncipe azul. Este tipo de final sólo es posible en la imaginación popular, pero no en la realidad, del mismo modo que en las sociedades feudales chinas el honor familiar nunca ha dependido de las hijas. Los valores que la película defiende no son simplemente los del amor a la familia o la libertad individual, sino más en concreto el valor de la autenticidad, el reconocimiento de la identidad propia, y la celebración del triunfo de la voluntad y la victoria de los desfavorecidos. Valores todos ellos habituales en los grandes éxitos de Hollywood (G. Wang).

De este modo la historia, aunque ambientada en la antigua China, es decididamente moderna y norteamericana, y en ella el oscuro pasado del «otro» está representado por dos personajes menores pero enojosos, la casamentera y el primer ministro, una quisquillosa guardiana de la feminidad tradicional y un burócrata convencional y mezquino que sólo se preocupa por las reglas. Los dos compendian las vetustas tradiciones y prácticas de la China feudal, todo aquello a lo que se opone la moderna Mulan de Disney.

Con las doctrinas confucianas de lealtad, piedad filial y feminidad ideal representadas como ideologías antiguas, cuando no primitivas, la introducción de la igualdad de género y los modernos conceptos de feminidad, y la difuminación de los cambios de género característicos del teatro chino, la historia de Mulan se convertía en una leyenda intemporal que se dirige al público familiar de Disney y celebra los universales y aculturales valores del amor, el coraje y la independencia. Hasta la historia de los conflictos entre los chinos y los llamados bárbaros del norte es presentada como un tipo de guerra medieval que podría ocurrir en cualquier lugar y en cualquier momento de la historia de la humanidad.

*Entrecruzamiento de mercados: negociaciones culturales  
en la producción cultural global*

Lo que los productores de Disney han hecho con el romance chino de Mulan no carece por supuesto de precedentes. Igual que la piedad filial y la lealtad, el tema de la jerarquía social, que tiene una importancia fundamental en la novela, quedó arrinconado en la versión cinematográfica. Como *Mulan*, *Tigre y dragón* es una romántica historia de artes marciales que se centra en la lucha de una muchacha por descubrirse a sí misma. El dragón oculto del título se refiere a la capacidad para las artes marciales de Jiaolong (o Jen), que se mantiene en secreto debido a su origen, ya que es hija de un funcionario imperial. La pasión secreta de Jen es el *jianghu*, el mundo al margen de la ley de los bajos fondos de bandoleros y escoltas. Como Mulan, Jen tiene una doble vida; practica sus artes marciales con propósitos oscuros, anárquicos. A diferencia de su maestra Jade Fox, no es una villana, sino un ser prodigioso, extraordinariamente dotado, que necesita un guía. Sus artes marciales tienen que refinarse, convertirse en las virtudes de justicia y benevolencia que representan sus buenos mentores, Yiu Xulian y Li Mubai. Aquí nos encontramos con el problema central del proceso de deculturación, porque la domesticación de Jen por medio de un matrimonio concertado se subordina a la lucha por el control de sus artes marciales.

La compatibilidad de rango y jerarquía social era probablemente el primer elemento a considerar en todos los matrimonios de la China feudal. La suma importancia de las jerarquías sociales harían imposibles los encuentros sexuales entre Jen, nacida de familia noble, y Lo, el Tigre del título, y por tanto fueron cuidadosamente contruidos en la novela de Wang Dulu. Primero viene la desaparición de la hostilidad cuando Lo, el carismático jefe de los bandidos, salva a Jen de morir en el desierto al tiempo que se obliga a mantenerse apartado de ella, como corresponde a un caballe-

ro. En segundo lugar se produce la desaparición de la distancia jerárquica cuando Lo relata a Jen la tragedia de su familia, dejando ver que no es un hombre de humilde cuna y que posiblemente tiene un origen respetable, compatible con el de ella. Finalmente se da la eliminación de la distancia física cuando Jen, en un acto de autodefensa, agrava sin proponérselo las heridas de Lo. Su terrible sufrimiento despierta la simpatía de la muchacha, que acude en su ayuda, una acción que terminará desencadenando el amor y la pasión. Sin embargo, en el tratamiento que la película da a su romántico encuentro, el sexo y la pasión sustituyen a la sutileza y el decoro. Cuando a James Schamus le pidieron que reescribiera una escena de amor entre Jen y Lo de forma que resultase romántica para una mentalidad moderna, añadió al guión cielos estrellados, estrellas fugaces, un desierto y soledad (Zhang y Lee, 2002: 298-9). Con la soledad liberando a la pareja de las constricciones sociales, ese telón de fondo favorece la desaparición de la distancia personal y justifica el estallido de las pasiones. La secuencia omite informaciones cruciales sobre los orígenes de Lo, que son la clave para el cambio de actitud de Jen, que pasa de la animosidad a la simpatía. En vez de ello, Ang Lee destaca la tendencia obstinada e intuitiva del carácter de Jen, lo que hace que su vida se guíe más por el ímpetu de la emoción que por la racionalidad.

En la novela, el tema de la compatibilidad social obsesiona constantemente a Jen. Wang Dulu describe repetidamente su dilema y subraya la contradicción entre sus decisiones y sus sentimientos. Pero en la película Jen es descrita como un personaje relativamente plano, desprovisto de cualquier profundidad psicológica. Esta importante diferencia puede explicar el cambio que Lee lleva a cabo al final de la película. La última parte de la novela empieza con un misterioso plan cuidadosamente elaborado por Jen. El plan resulta ser la escenificación de su propio suicidio para poder reunirse con su amante, Lo. Sin embargo, la historia no acaba

con su fuga, como esperarían los lectores. En vez de ello, Jen desaparece voluntariamente tras una romántica noche con él.

La completa oposición entre estratos sociales tiene una importancia fundamental en la interrupción en la novela de la relación amorosa entre Jen y Lo. A causa de la insalvable barrera jerárquica que separa a los infortunados amantes, Jen decide al final abandonar a Lo. Sin embargo, este obstáculo esencial que impide el final feliz es minimizado en la película. El filme termina con la muerte de los dos maestros de Jen, muerte que no aparece en la novela. El maestro bueno, Li Mubai, muere para salvar la vida de Jen, pero la mala, Jade Fox, es también asesinada para hacer posible que vuelva al desierto con Lo. Sin embargo, Jen no elige el sendero que conduce al final feliz definitivo. En vez de ello, cae volando desde un acantilado a una rugiente catarata. Así, las dificultades que Jen encuentra para tratar de conciliar amor y clase dan paso a un sentimiento de redención y de arrepentimiento por su obstinación.

Las diferencias sociales no fueron los únicos elementos que obligaron a Ang Lee y sus guionistas a introducir cambios respecto al material original en el final de la película. Tales cambios se debieron también a la percepción de que la ficción popular china había quedado anticuada, y había que darle nueva vida adaptándola a las formas y modelos del cine «artístico» internacional. Ang Lee cree que varios elementos de la literatura y el cine de artes marciales son incomprensibles y anticuados. Uno de ellos es la explicación que los autores dan de las motivaciones de los personajes y las relaciones de causa y efecto. Por ejemplo, Wang Dulu se dirige al final a los lectores para explicarles cómo y por qué Jen tuvo que optar por dejar a Lo (Yeh y Davis). Para los lectores no familiarizados con esta tosca convención de la ficción de artes marciales china, es como si ellos careciesen de la capacidad de entender la historia y hubiese que explicarles las complejidades del argumento. Este tipo de recurso literario se daba también en las películas de



consumo popular derivadas de la tradición de las artes marciales, incluidas muchas películas importantes y de bajo presupuesto de los años sesenta y setenta. Pudo ser una práctica aceptable en el pasado frente a un público predominantemente chino, pero probablemente no funcionaría con una película transcultural que pretendía dirigirse a un nicho de público que trascendía las fronteras culturales y nacionales.

Por esta razón, Lee y sus guionistas tuvieron que prescindir de ella. La película no debía terminar con una coda narrativa ni ideológica, y por ello Lee muestra lo que parece un suicidio, o un acto de *redención*, permitiendo que Jen se arroje de un peñasco de la montaña de Mudan, conocida como tierra taoísta. Ese final tiene varias posibles interpretaciones. Una de ellas es que Jen encuentra el autoconocimiento al elegir la senda de la muerte, que en la fe taoísta equivale a una vía hacia la iluminación, objetivo máximo de las artes marciales. Sin embargo, las feministas tal vez vean en el acto de Jen un sometimiento a las autoridades culturales y sociales. A la inversa, ese final también podría ser un silencioso desafío a cualquier intento de detener al dragón volador. Jen salta y huye volando, liberada de cualquier constricción social (clase y jerarquía), cultural (género) y sexual (una relación romántica). Con este final ambiguo, abierto a diversas interpretaciones, la película cumple con las expectativas del público de una película «artística», que prefiere entenderla sin ayuda. Buscar el significado último de *Tigre y dragón* puede dar al espectador ocasión y espacio para llevar a cabo placenteras operaciones hermenéuticas.

Otro importante ejemplo de reculturación es el idioma que se habla en película. El diálogo es un híbrido que sufrió varias fases de elaboración: el trabajo de los guionistas chinos Wang Hui-ling y Tsai Kuo-jong, la traducción del propio Ang Lee, la reescritura y re-reescritura de James Schamus, la reescritura de Lee, y contiene expresiones coloquiales, lenguaje literario, lengua clásica, regional,

occidental y china (Zhang y Lee). Esta lengua mixta, híbrida, no deja de plantear problemas, y ha recibido críticas. Para Ang Lee, la antigüedad del marco histórico y la singularidad lingüística del chino clásico del original pedían una traducción que hiciese contemporáneo el texto. Sin embargo, para los críticos de Taiwán y China continental las palabras de amor del Tigre suenan demasiado modernas, en parte como resultado de la falta de adecuación de la lengua al período histórico en que transcurre la acción.

Quizás la prueba más elocuente del empeño de Lee por hacer una película china accesible en todo el mundo la proporciona la traducción: «Cuando hicimos el subtítulo... procuramos que la traducción resultase accesible para el público occidental, encontrando equivalencias con modelos de habla y de sintaxis verosímiles en un contexto occidental», explica Lee. Éste era un problema difícil de resolver, ya que los subtítulos en inglés no eran lo mismo que los diálogos hablados, y escribirlos fue como hacer una nueva versión del guión.

Duplicar los personajes por parejas y organizarlas como oposiciones binarias –edad mediana frente a juventud, reserva frente a pasión, tradición frente a modernidad, reflexión frente a ímpetu– sirve también para hacer los temas del filme comprensibles para los públicos de todo el mundo. Estos temas se encuentran conectados con las ideologías del individualismo, los deberes hacia la sociedad y la familia, y las normas jerárquicas y sociales. Todo ello remite a la utilización por parte de Lee de una fórmula (Kristin Thompson) que facilita la claridad en las valoraciones que se exige a una mercancía mediática global. Y también a la visión moderna que Lee da de las artes marciales tradicionales mezclando Occidente y Oriente, arte y mercado. Las estrategias de mezclar, sintetizar e hibridizar el Este y el Oeste pueden ser similares en *Mulan* y en *Tigre y dragón*, pero fueron utilizadas con propósitos y resultados bastante distintos.

### *Características y condiciones de la hibridación*

El origen de los dos equipos de producción revela interesantes características comunes que pueden explicar la similitud en los medios adoptados para lograr la hibridación. En primer lugar, ambos equipos habían acumulado ya una significativa experiencia en la producción para el mercado global cuando pusieron en marcha sus proyectos. Aunque el equipo de Ang Lee no cuenta con una marca transnacional como la productora Disney, ni puede producir a una escala comparable a la de ésta, sí disfruta de una reputación mundial que le ayudó a obtener fondos a través de la venta anticipada internacional, obligaciones y préstamos bancarios. En segundo lugar, ambos equipos contaban con miembros de diferentes culturas que aseguraban la polivalencia del producto, y atravesaron distintas fases de debate y negociación antes de que el producto estuviese definitivamente perfilado. Uno y otro equipos acometieron también las tareas de postproducción por medio de una división internacional del trabajo, y las dos películas fueron comercializadas y distribuidas a través de redes transnacionales capaces de cubrir un mercado global.

Las similitudes, sin embargo, no pasan de ahí. Ang Lee, que es de etnia china, intentó infundir en *Tigre y dragón* un significado cultural que no interesaba a ningún miembro del equipo Disney. Según cuenta él mismo, Lee vio *Tigre y dragón* como la oportunidad de demostrar que se podían contar historias de artes marciales con sentido de la belleza. También quería cumplir el objetivo de ofrecer un producto de calidad y «dar un éxito al cine chino». Para él, su creación refleja lo que él es, lo que sabe, aquello con lo que se identifica y las influencias a las que ha estado sometido, incluyendo su educación china y su formación cinematográfica occidental.

*Tigre y dragón* representa la visión que Ang Lee tiene de la antigua China, su arte y su ética. Como homenaje a antiguos direc-

tores de cine artístico chino como King Hu, en la película las artes marciales se presentan como una síntesis de ópera de Pekín, *kung-fu* y visión del mundo taoísta. Por otra parte, la manera de narrar la historia no se ajusta exactamente a las fórmulas clásicas de Hollywood. Desde el punto de vista de Ang Lee, el drama chino se basa en la descarga de la tensión, al contrario de lo que ocurre con el drama occidental, que se alimenta de la escalada de esa tensión (J. Lahr). Todo ello explica que Ang Lee se mantuviese firme cuando *Tigre y dragón* fue acusada de «occidentalización» y de ofrecer el estereotipo de una China silenciosa, taoísta, para atraer a los espectadores occidentales. Lee no negó haber pensado en el público occidental cuando hacía la película, pero para él eso no significa que *Tigre y dragón* sea sólo un filme de Hollywood.

No hacen falta muchos más ejemplos para mostrar que los objetivos de Lee hacen de *Tigre y dragón* una excepción en una industria gobernada por la lógica capitalista y las compañías transnacionales que operan en una red global. Como algunos críticos han señalado, estas transnacionales controlan el desequilibrio de la estructura de mercados actual al constituir alianzas de negocios, desarrollar la integración vertical y horizontal y comprarles derechos a los productores independientes y locales. Pero dentro de este mundo de negocios rígidamente controlado, la posibilidad de obtener financiación a través de la venta previa, del seguro de crédito y de los préstamos bancarios, así como de distribuir las películas gracias a acuerdos con las transnacionales, han dado nuevas posibilidades a algunos productores independientes con buenas referencias e ideas creativas. Ang Lee confesaba que la autonomía con que trabaja se debe al respaldo de la inversión extranjera y la distribución global, y es esa autonomía la que le ha dado la oportunidad de realizar sus sueños de niño.

Sin embargo, la autonomía no se traduce en una libertad absoluta para los directores de cine. Aunque Lee no tenga conciencia

de ello, el carácter extranjero de las inversiones y su afán de dirigirse *al mundo* hicieron inevitable «deculturar» la historia original y la tradición de las películas de artes marciales. El choque de ideas y prácticas diferentes se hizo evidente en el proceso de producción, que fue un meticuloso diálogo y negociación entre culturas, viejo y nuevo, Este y Oeste. Ese diálogo alcanzó su punto culminante en la fase de escritura del guión, cuando se fue desplegando la historia. Lee admite que la estructura social china era uno de los principales obstáculos a la hora de comunicarse con James Schamus, su socio de toda la vida y uno de los dos guionistas de la película. «Lo que atrae a los espectadores hacia otra cultura es la curiosidad», dice Lee. Una vez se despierta su curiosidad, ésta se convierte en capacidad de comprensión. «No hay mucho que pueda facilitar el entendimiento mutuo aparte de la lógica y la razón, y el marco de referencia que se construye sobre la base del sentido común.» «Sin ello, sería difícil pasar las barreras culturales.»

Vistos desde fuera ciertos elementos de otras culturas resultan indiferentes, ilógicos o poco razonables, aunque quienes pertenecen a ellas los acepten sin cuestionarlos como costumbres o tradiciones propias. Para resolver el problema, Lee discutía con Schamus lo que éste veía contrario al sentido común. Dado su origen cultural y su competencia, Schamus representaba los valores dominantes y una visión del mundo sustancialmente cosmopolita. En una entrevista con S. Teo, Schamus admitió que empezó a entender «la importancia que la idea del libro tiene para el género y... la cultura en su conjunto» durante el proceso de reescritura del guión, y que resolvió «preservar su función y su importancia». Aun así a lo largo del proceso de producción el equipo chino confió en Schamus para saber qué era lo que desde una perspectiva occidental sería considerado absurdo o interesante, qué partes del original habría que omitir o elaborar, un ejercicio descrito por Lee como «frustrante», aunque «útil».

### *Globalización e hibridación*

En la práctica el hibridismo en la producción cultural no siempre se alcanza a través de un discurso dialéctico entre culturas, bien con el propósito de globalizar, bien con el de localizar. Guiada por la divisa capitalista de minimizar costos y maximizar beneficios, con demasiada frecuencia se reduce a la incorporación apresurada, cosmética e incluso casual de diferentes elementos nominales (¿simbólicos?). Por ejemplo, la localización del texto transnacional no supone frecuentemente más que la utilización de actores y actrices locales en anuncios transnacionales, de presentadores y participantes locales en programas televisivos importados, o, como se ve en algunos oscuros seriales, de nombres de lugares y personajes locales. El hibridismo de estos productos, lo mismo si es obra de productores transnacionales o locales, puede estar muy extendido, pero no supera un nivel superficial donde la «tendencia dominante», tal como la define la dimensión del mercado, lo impregna todo. Como algunos señalan, los productos localizados no son productos locales; son en esencia productos globales.

Para ir más allá de esta hibridación superficial, son necesarios procesos de deculturación y reculturación. La deculturación, como vimos en *Tigre y dragón*, es clave para asegurarse la aceptación de un público global, por más que a Lee le guste reivindicar el carácter chino de su película. En *Tigre y dragón* había que hacer desaparecer, o al menos amortiguar, valores culturales como la piedad filial o la jerarquía social, pues, a pesar de la autonomía del director, de sus orígenes y sus aspiraciones culturales, era un producto dirigido al mercado global. Lo que crea la diferencia en el tipo de hibridismo resultante del proceso de transformación es la clase de estrategia de reculturación que el director intenta adoptar, y los objetivos que se espera alcance la película.

En lo que se refiere al *Mulan* de Disney, la producción del filme no se planteaba ninguna misión cultural ni ninguna visión personal. Tony Bancroft, codirector de *Mulan*, admite que la película podía ser china sólo hasta cierto punto: «Sabíamos que teníamos que respetar el material...», dice, para terminar reconociendo: «también sabíamos que no íbamos a hacer una película china. No podíamos... No somos chinos». Además, Disney ya ha establecido para sus películas un modelo de producción propio, con «una sensibilidad diferente, con otro estilo de contar una historia» (Chan).

El «medido» tratamiento concedido a *Mulan* y la ocasional desviación de las fórmulas favoritas de Disney fueron por tanto un modo de mostrar «respeto» hacia la leyenda original, un gesto de cortesía que no cambia el hecho de que *Mulan* representa la transculturación de una historia étnica a manos de un gigante transnacional. Para los directivos de Disney, ni el coste ni las dificultades para interpretar otra cultura eran un problema real, pero pensaban que una fusión cultural que sobrepasase el nivel de su exitosa fórmula era innecesaria a la hora de conseguir beneficios para la compañía. El aire «auténtico» de la película daba a la actualización de la fórmula un aire fresco y exótico, pero era importante no destruir el contexto original, dada la importancia del mercado chino. El nivel de hibridismo de estos productos es, por tanto, de naturaleza instrumental, y no se diferencia del que se encuentra en la mayoría de los anuncios transnacionales y de los seriales televisivos localizados.

La diferencia entre Ang Lee y Tony Bancroft es por tanto no sólo la diferencia entre un productor/director independiente de reputación asentada y un típico ejecutivo transnacional, sino que atañe también a los objetivos: el logro de una misión cultural y la producción de otro éxito de taquillas. Tanto *Mulan* como *Tigre y dragón* son productos hibridizados, pero el propósito y los resultados de sus operaciones de reculturación son claramente diferentes.

En *Tigre y dragón* había un raro intento de reflexión dialéctica. La paradoja está en que a través de ella no se pretendía llegar a la fusión cultural, sino ofrecer una versión contemporánea de un clásico chino que resultase aceptable en Occidente, así como cambiar los estereotipos de las películas de artes marciales. Al plantearse como una película china moderna, Lee intenta deconstruir los estereotipos del cine, la cultura y la lengua china. Lo que los críticos advirtieron fue la ausencia en la historia de valores tradicionales como la jerarquía social, el cambio en el estilo de presentación, y la falta por tanto de «carácter chino» del conjunto. Sin embargo, para el equipo que realizó la película, carácter chino y autenticidad no excluían creatividad ni innovación.

A propósito de la «autenticidad» cultural de *Tigre y dragón*, Schamus sugiere que el orientalismo está tanto en la percepción de lo que uno *es* desde la perspectiva de los colonizadores como en la percepción de lo que uno *no* es desde la perspectiva de los colonizadores. Schamus afirma que *Tigre y dragón* fue criticada por no ser auténticamente china o asiática debido a que la idea de que uno puede llegar a atesorar conocimientos en distintas áreas culturales para incorporarlos a la propia cultura es una idea y una prerrogativa occidental. Se espera que los otros –los no occidentales– se mantengan fieles a sus géneros y cultiven la autenticidad, al modo en que lo haría «un panda en un zoo», como dijo Ang Lee. Desde esta perspectiva, un producto chino que excluya determinados atributos culturales chinos e incorpore elementos occidentales es una «falsificación», resultado de la «perversión cultural».

Este punto se relaciona con un importante tema que durante mucho tiempo la literatura ha pasado por alto: la naturaleza y características de los productos híbridos, más allá de la exhibición de rasgos provenientes de las culturas originales. Muchos, incluido el mismo Schamus, atribuyeron el éxito de *Tigre y dragón* en el mercado occidental a lo que en la película se identifica como oriental, y



su éxito (o fracaso) en Asia a lo que en la película se identifica como occidental. La atención se centró inmediatamente en la cuestión del carácter chino, oriental, de la película, y había menos interés, cuando no verdadera resistencia, a juzgar el filme según sus méritos. ¿Qué puede ser un producto cultural si no es «ni de aquí ni de allá»? Etiquetar un producto cultural como «falso» o «auténtico» presupone la existencia de un modelo que simplemente no existe.

El caso de *Tigre y dragón* supone que el cine moderno no debería, ni tal vez podría, quedar limitado por unas fronteras nacionales o estéticas, ya que quienes hacen películas se apropian de «todo lo que puede divertir», o de todo lo que los productores puedan crear. No es un secreto que una gran mayoría de las películas históricas y seriales que llenan los cines y los canales de televisión de la Gran China también han sido «desculturalizados». Los personajes femeninos ya no soportan la tiranía de las normas patriarcales, los plebeyos hacen con toda naturalidad bromas sobre los emperadores. El «espíritu chino» de estos productos culturales se debe a su capacidad para atraer y suscitar la identificación de los espectadores de las sociedades chinas contemporáneas, y no a que reflejen con fidelidad las imágenes estereotipadas de la China feudal.

Ulf Hannerz nos ha recordado que las culturas son fluidas por naturaleza, que están en perpetuo movimiento como resultado de un diálogo e interacción constantes dentro de cada cultura y con el mundo exterior. Bajtin y Lévi-Strauss, cada uno desde su propia perspectiva, señalaron que todas las culturas son híbridos. Sin embargo, también es importante señalar que el movimiento constante y la incorporación de otros elementos traen consigo nuevas características, nuevas distinciones y nuevas similitudes. Desde esta perspectiva, la hibridación y la globalización tal vez conduzcan a la pérdida de la singularidad cultural de los productos culturales –y también de las culturas. Pero al perder lo que allá había consegui-

mos algo nuevo, fresco, algo que supone un nuevo híbrido. Sólo si perdemos de vida la naturaleza dinámica de la cultura y nos encerramos en una búsqueda de esencialismo cultural la hibridación de los productos culturales llevará necesariamente a una rancia homogeneidad.

La globalización puede haber intensificado el proceso y la escala de la hibridación de la producción cultural, puede favorecer determinados elementos en detrimento de otros, pero apenas ha modificado la naturaleza del proceso.

G. W. y E. Y. Y.

Traducción: *R. V.*