

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Cine, género e interculturalidad. Espacio simbólico e imaginarios femeninos en el diálogo entre Corea y. Argentina.

Paula Iadevito.

Cita:

Paula Iadevito (2009). *Cine, género e interculturalidad. Espacio simbólico e imaginarios femeninos en el diálogo entre Corea y. Argentina. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/2294>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Cine, género e interculturalidad

Espacio simbólico e imaginarios femeninos en el diálogo entre Corea y Argentina

Paula Iadevito

Socióloga (UBA)

Doctoranda en Ciencias Sociales (FCS-UBA)

Becaria CONICET (IIGG-UBA).

paulaiadevito@yahoo.com.ar

En la actualidad, la *interculturalidad* es un término ampliamente utilizado dentro del campo de las Ciencias Sociales en el análisis de la relación entre grupos sociales culturalmente diversos. Su principal característica -diferenciadora respecto a conceptos como *multiculturalismo* y/o *pluralismo cultural*- es su intencionalidad explícita de promover el diálogo horizontal y plural entre culturas, capaz de garantizar el reconocimiento y la convivencia pacífica entre pueblos y naciones (Hall, 1959). La *interculturalidad interpersonal* es la que sucede en el contacto directo entre personas pertenecientes a diferentes culturas, pero existe también la *interculturalidad mediada* siendo aquella que

se produce a través de los medios de comunicación (televisión, cine, Internet, etc.). Así es como el *cine* -en tanto fenómeno cultural ligado a la industria audiovisual- constituye un espacio propicio para pensar los procesos de comunicación intercultural.

En el mundo global se ha dinamizado la circulación y el consumo de bienes simbólicos, entre ellos los de la industria cinematográfica¹. En este contexto, el *cine* coreano ha logrado trascender la dimensión localista para devenir en una clara expresión de los sucesos de la globalización en materia cinemática. Las modalidades de la cinematografía surcoreana en su *puesta en escena* de las mujeres, el universo femenino y las relaciones de género intervienen en las visiones sobre Corea y su gente, generadas desde el escenario local. En la medida en que estas visiones se instalan en el imaginario local, impactan modificando las relaciones materiales y simbólicas entre ambos países: Corea y Argentina.

El objetivo aquí es repasar algunos conceptos teóricos tales como: *comunicación intercultural*, *interculturalidad interpersonal y mediada*, *cine/género/sociedad*, entre otros y, reflexionar en torno al *cine* no sólo como espacio que favorece la *comunicación intercultural* sino también como fuente adecuada para el estudio de los fenómenos interculturales. Es decir, la simbología cultural juega un rol activo en el diálogo entre culturas y posibilita el análisis de: a) los imaginarios sociales y de género; b) las lecturas que los mismos habilitan y; c) los efectos de sentido que generan en los ámbitos de receptividad.

1. EN TORNO AL CONCEPTO DE INTERCULTURALIDAD

El concepto de *interculturalidad* es abordado por diferentes disciplinas del campo de las Ciencias Sociales: la filosofía, la etnología, los estudios culturales, la psicología, la lingüística, la comunicación, la antropología, la sociología y, su incorporación tiene como objetivo indagar las formas en que los sujetos -con orígenes culturales diversos- se comunican entre sí. Pero el interrogante del cuál parte no sólo se orienta a las modalidades de comunicación cultural sino

¹ Se recomienda un recorrido por el concepto de industria cultural: Escuela de Frankfurt y lectura crítica por los Estudios Culturales de Birmingham y de América Latina. Sin duda el *cine* es uno de los medios más valorados, difundidos y rentables de la industria cultural, de ahí su relevancia en el proceso de mundialización de la cultura. Referencias al respecto en: Iadevito-Gavirati, 2009.

también a las construcciones mentales-psíquicas y culturales que entran en juego para que dicha comunicación resulte constructiva.

Entre los teóricos más destacados del área de la *comunicación intercultural* podemos mencionar a: Edward T. Hall, Geert Hofstede, Harry C. Triandis, Fons Trompenaars y, más recientemente, los aportes de Shalom Schwartz y Clifford Geertz. También Rodrigo Alsina ha contribuido a la temática con su libro *Comunicación Intercultural*, en donde propone una visión integrada y comprensiva sobre las culturas y sus distintos modos de comunicarse.

Los autores mencionados concuerdan en señalar que la *interculturalidad* refiere a la interacción entre culturas basada en el respeto y el diálogo democrático. Es decir, convergen en el enfoque sobre la *interculturalidad* que sostiene que ningún grupo cultural está por encima de otro, favoreciendo así la integración y convivencia pacífica entre culturas de lo más diversas. Sin embargo, concebir las relaciones interculturales en base al respeto a la diversidad y el mutuo enriquecimiento no significa ausencia de conflicto entre grupos culturales. Por el contrario, quiere decir que el disenso y el conflicto deben poder abordarse mediante el diálogo respetuoso, la escucha mutua, la concertación y la sinergia.

En palabras de Tomás R. Austin Millán también cabe señalar que: "*La interculturalidad se refiere a la interacción comunicativa que se produce entre dos o más grupos humanos de diferente cultura. Si a uno o varios de los grupos en interacción mutua se les va a llamar etnias, sociedades, culturas o comunidades es más bien materia de preferencias de escuelas de ciencias sociales y en ningún caso se trata de diferencias epistemológicas*". Además y, como último aspecto aquí a tener en cuenta, el concepto de *interculturalidad* es utilizado para investigar, interpretar y comprender problemas de comunicación entre culturas y etnias en interacción la pertenencia de clase, ideológica, generacional, de género, etc.

2. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL: ENFOQUES Y PERSPECTIVAS

Los aportes pioneros de Edward T. Hall (1959) son claves en la definición de la cultura como forma de comunicación. Pero recién en los Estados Unidos de la década del'60, se impulsan los estudios sobre *comunicación intercultural* como campo de conocimiento específico en el marco de

la proliferación de las minorías culturales². Mientras tanto, en América Latina numerosas contribuciones, entre ellas pueden destacarse las de García Canclini, esgrimían sus críticas a las teorías del desarrollo que -durante los años 50s- habían considerado a los medios de comunicación como instrumentos prósperos para el progreso de los pueblos. En este contexto académico comienzan a generarse rupturas con la visión etnocéntrica, la cuál sostenía que los problemas del tercer mundo podían ser resueltos aplicando -en forma automática- el sistema político y económico occidental.

Para los años 70s, los estudios y abordajes sobre *comunicación intercultural* lograron consolidarse dentro de la academia promoviendo -en un principio- los estudios de comunicación interpersonal por sobre los estudios de comunicación de masas (Hoopes, 1977). Unos años más adelante, la academia norteamericana establece un esquema de clasificaciones dentro de dicho campo de estudios con el objetivo de circunscribir áreas de investigación, objetos de estudio y modos de abordaje³

La tendencia actual dentro del campo académico establece una línea divisoria entre los estudios sobre *comunicación intercultural interpersonal* y los que se ocupan de la *comunicación intercultural mediada*. Esta distinción supone diferenciar entre una comunicación basada en el contacto entre personas de otra en la que existe una producción mediatizada del discurso. Sin embargo, las recientes teorías de la comunicación hablan de imbricación entre *comunicación interpersonal* y *comunicación mediada* y, proponen integrar estas dos líneas teóricas-investigativas en virtud de dar cohesión a dicho campo de estudio. Como sostiene White (1994), entre otros especialistas en estudios sobre recepción, el uso de medios de comunicación se inscribe dentro de otras prácticas culturales cotidianas. Por ello, los nuevos abordajes sobre comunicación y cultura prefieren referirse a la interrelación entre ambas formas de comunicación: *interpersonal* y *mediada*.

Desde esta perspectiva, el diálogo entre culturas se sitúa no sólo a nivel de la *comunicación interpersonal* sino también de la *comunicación mediada* ya que muchas de las imágenes/ideas/conceptos que construimos sobre otras culturas surgen por la intervención e influencia -diversa y constante- de los medios masivos de comunicación. En las aproximaciones a los fenómenos de *comunicación intercultural* es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos: a) el contexto de producción del

² Al fenómeno de proliferación de minorías culturales locales se suman las influencias exógenas producto del contacto creciente con las culturas del sudeste asiático y de la presencia de refugiados políticos en territorio nacional.

³ Ver esquema clasificatorio en Rodrigo Alsina, M. (1996). Los estudios de comunicación intercultural. *Revista de Estudios sobre comunicación Komunikazio Ikasketen Aldizkaria Abendua*.

mensaje, b) los (dispar) contextos de recepción y, c) las (diversas) comunidades interpretativas. Además, la incorporación de las nociones de cultura e identidad -dejadas de lado por los enfoques sobre la *comunicación* basados en el modelo teórico-matemático y/o en las premisas de la teoría funcionalista- permiten ampliar y complejizar el horizonte de análisis.

La *comunicación intercultural* se torna un ámbito privilegiado para destacar las interrelaciones entre *comunicación interpersonal* y *comunicación mediada*; en este marco, el *cine* es entendido como un espacio simbólico que promueve y favorece la sinergia entre ambas formas de comunicación. A través de los *films* se crean/muestran/proyectan modelos identitarios, inaugurando canales de formación y renegociación de las identidades sociales. En un mismo sentido, el *cine* constituye un espacio de subjetivación y de construcción de las identidades y las relaciones de género. Decimos por ello que las narrativas del cine son fuentes adecuadas para el desarrollo de la investigación social y, para los estudios de género en particular.

3. CINE Y COMUNICACIÓN (INTERCULTURAL)

Como ya dijimos, la *comunicación intercultural mediada* es aquella que se genera a través de medios tales como: la radio, la televisión, el cine, Internet, etc. El *cine* es un transmisor de valores y contravalores que promueven la reflexión sobre los grandes problemas de la humanidad como así también sobre los avatares de la cotidianidad (Jameson, 1995; Sorlin, 1985). Tanto su contenido como sus modos de representar/narrar refieren a determinado carácter ideológico y, en su contribución a la construcción de imaginarios sociales propone a la imagen como realidad única de los personajes narrados en sus tramas (White, 1994).

Al igual que otros medios de comunicación, el *cine* inaugura un espacio (simbólico) propicio para el contacto, la comunicación y el mutuo conocimiento entre culturas. Si bien existen controversias dentro del campo de los estudios sobre *cine* y *comunicación*⁴ que llevan a matizar dicha

⁴ Existen posturas que consideran al cine como un lenguaje con códigos y lógicas específicas; un lenguaje audiovisual que relata la realidad (no la reproduce), siendo capaz de combinar diversos elementos: significantes y signos visuales, auditivos, entre otros. Desde esta perspectiva, el acceso a otra cultura que posibilita el *espacio cinematográfico* estaría brindando una visión sesgada e incompleta acerca de *los otros*. No obstante, la realidad social *-siempre-* es captada a través de imágenes y el sesgo que esto conlleva no anula la capacidad de las mismas para influenciar nuestras interpretaciones y conceptos sobre las relaciones sociales e interculturales, etc. También están los que catalogan al cine como arte y lo equiparan, por ejemplo, a la música y la pintura. Desde esta otra perspectiva, se reconoce un carácter

afirmación puede hablarse de cierto consenso respecto al reconocimiento de la dimensión social del cine. Es decir, se considera un medio de comunicación que se desarrolla sumido en un entorno cultural del cuál recibe influencias y en el cuál genera sus efectos.

En relación con este punto, es fundamental atender la paradoja que entraña la relación entre el *film* y su espectador, es decir, entre “la objetividad” de lo que aparece en pantalla y “la subjetividad” de quien la observa. El cine respondería aquí a una ilusión de realidad que promueve la construcción de un imaginario artificial. Frente a este modo de entender la relación cine/realidad, se erige una concepción que pone el acento en el cine como constructor. Es decir, el cine/*texto fílmico* es considerado como una interpretación acerca de la realidad y como una intervención política sobre la construcción de los sentidos que la conforman. En estos términos, el *espacio cinematográfico* no estaría cumpliendo con la mera función de representar la realidad, sino más bien de configurarla siendo un dispositivo generador de estereotipos sociales y culturales y de representaciones y narrativas que dan lugar a los imaginarios socio-históricos de cada época.

Si entendemos la realidad como construcción discursiva, las interpretaciones que habilita el *espacio cinematográfico* estarían construyendo y formando parte de los discursos que le dan sentido a la realidad, abriendo el juego al intercambio entre culturas. Este diálogo cultural que tiene lugar en el espacio simbólico genera la posibilidad de conocimiento acerca de *los otros*; sin embargo, esto no significa que los universos culturales no sean más complejos que los proyectados por la pantalla.

3.1. Etnocentrismo, estereotipos e imaginarios

Una de las principales razones que explica las dificultades del diálogo intercultural es el *etnocentrismo*. Como señala Rodrigo Alsina (1999) este pensamiento/actitud se basa en que **“lo propio es lo adecuado y lo ajeno va de lo exótico a lo inadmisibles”**. *De esta manera cada* grupo tiende a creer que sus esquemas de pensamiento y acción responden a lo justo y razonable y, que sus parámetros culturales son los correctos para juzgar a *los otros*. Por ello decimos que el *etnocentrismo* está basado en la comparación y el prejuicio.

ambiguo entre lo real-objetivo y su representación y se considera que el acercamiento a la realidad a través del *espacio artístico* se encuentra signada por un lenguaje poético.

El *etnocentrismo*, pero también el racismo, la discriminación, la xenofobia, la desvalorización y negación de una *cultura-otra* son formas y expresiones de violencia hacia *los otros* que se vuelven hegemónicas en la medida en que son percibidas como legítimas y, estas formas/actitudes/predisposiciones intervienen en la construcción de los estereotipos. Para Rodrigo Alsina (1999), los estereotipos sociales y culturales ordenan y dan sentido a los hechos que desbordan nuestro conocimiento, pero terminan siendo un problema cuando son utilizados para fundamentar ideas y opiniones porque lo que prima es la valoración negativa hacia *los otros*.

Sin embargo, los estereotipos operan e intervienen -inexorablemente- en el análisis que hacemos de la realidad. Por ejemplo, las concepciones y las percepciones que los individuos desarrollan acerca de los diferentes grupos culturales están estrechamente vinculadas con la información que de éstos aparece en los espacios mass mediáticos generadores de la opinión pública: la prensa escrita, la radio, los programas de T.V., el cine, Internet, entre otros.

Entrando en el terreno de las relaciones simbólicas y/o imaginarios sociales tendemos a crear estereotipos sobre *los otros* más allá de las características de los grupos o personas de que se trate. Por ello decimos que las concepciones que las sociedades poseen de la 'pluralidad étnica' están íntimamente relacionadas a las formas en que ésta es formalmente enunciada y explicitada *en* y *por* los diferentes discursos. Los individuos, en tanto receptores activos de la diversidad de discursos circulantes, los reelaboran y (re)significan dando lugar a nuevas prácticas sociales que se desprenden de estas visiones construidas y transmitidas.

4. CINE, GÉNERO E INTERCULTURALIDAD: COREA Y ARGENTINA

El cine ha ocupado un lugar estratégico en la generación de la cultura contemporánea y de ahí la relevancia de indagarlo no solo en tanto arte e industria cultural, sino también como espacio de construcción narrativa. Esto conlleva pensar los vínculos entre *cine* y *sociedad*, incorporando la perspectiva de *género* (entre otras), como modo de ampliar el horizonte histórico de la representación atravesada por los discursos sociales y modelos culturales hegemónicos (masculinos). Los imaginarios femeninos y de género -también configurados por las nuevas tecnologías- resultan plausibles de ser observados en el *espacio cinematográfico* y, luego analizados desde un enfoque femenino y feminista de la cultura (Huyssen, 2002; Mulvey, 1988).

En las últimas décadas, el *cine* surcoreano ha alcanzado circulación a nivel mundial⁵, llegando a la Ciudad de Buenos Aires Festival a través del Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI). Las iniciativas de promoción de la cultura coreana en nuestra ciudad impulsadas por la Embajada de la República de Corea, el Centro Cultural Coreano en América Latina y la Korea Foundation también han difundido la cinematografía coreana realizando numerosos ciclos de cine coreano en el Teatro Nacional San Martín, en el Centro Cultural Coreano en América Latina y en el Museo Nacional de Bellas Artes. En dichos ciclos se han proyectado largometrajes y cortometrajes tanto de directores clásicos como de directores pertenecientes a la nueva generación que ha dado cuerpo al fenómeno conocido como *nuevo cine coreano*, abarcando la ficción, el documental y el cine experimental.

La presencia de este cine en Argentina -gracias a la política de promoción cultural del gobierno coreano- nos invita a reflexionar sobre dicho fenómeno en términos de *interculturalidad* ya que ha favorecido notablemente el contado y conocimiento entre Corea y Argentina. Sobre la base de una concepción dinámica entre *cine* y *sociedad* como la que venimos postulando, podemos decir que el *cine* convoca procesos de *comunicación intercultural* en los cuáles la circulación de sentidos da lugar a la configuración de nuevas experiencias sociales y de género. El espectador que consume determinado producto “extranjero” incorpora imaginarios distintos a los suyos y logra así entrar en contacto y comunicación con esa *cultura-otra*.

La cultural de género tal como es proyectada por el *espacio cinematográfico* coreano es (re)apropiada y (re)significada por la cultura de género local (argentina), dando lugar a un intercambio de interpretaciones entre comunidades de sentido distantes geográfica y culturalmente. El *cine* reorganiza vínculos y posiciones de sujeto que describen y reinscriben el plano subjetivo y el social. En este sentido, los textos fílmicos constituyen soportes de significación que abren dimensiones ideológicas permitiendo observar cómo las marcas de género instituyen las redes de la cultura, así como sus políticas.

⁵ Los cambios culturales -producto de la transformación social que Corea del Sur ha experimentado en el contexto de modernización occidental- dejaron sus huellas en la cinematografía nacional (Doherty, 1984; Moon Jae-cheol, 2006). Hoy en día el cine ocupa un rol central en la construcción de las características claves de la cultura coreana y, entendiendo que las construcciones sociales acontecen en el orden de la representación (Scott, 1990) lo postulamos como acceso (simbólico) a las formas/estilos de vida de la Corea moderna y actual.

Se deja aquí planteada la importancia de incorporar la perspectiva de género en relación a la mirada que continuamente hacemos recaer sobre *los otros*, considerándola como problema teórico y como inscripción material del sujeto en los discursos de la cultura visual.

REFLEXIONES FINALES

Hemos podido apreciar que la *comunicación intercultural* se ha constituido -recientemente- como campo de estudio y su consolidación aún se encuentra en curso. En numerosos campos de las Ciencias Sociales existen obstáculos de orden epistemológico y metodológico, pero en el caso de la *comunicación intercultural* dichos obstáculos se acentúan por las características propias del objeto.

Por tal motivo creemos que una reflexión-interpretación productiva en torno a los fenómenos de *interculturalidad* debe adecuarse a las siguientes premisas básicas: a) una visión dinámica de las culturas; b) una concepción de la realidad en términos discursivos y de las relaciones sociales y diálogos culturales como producto de la *comunicación interpersonal y mediada*; c) una construcción ciudadana basada en la igualdad de derechos y el respeto por la diversidad. Para lograr esto, el enfoque intercultural debe optar por la negociación (en lugar de la confrontación), por tomar en cuenta el punto de vista del *otro* (en lugar de centrarse en el propio) y por reflexionar sobre el sí mismo (en lugar de alejarnos de uno mismo).

La circulación del cine a nivel internacional, siguiendo los principios de la industria cultural, promueve nuevas y múltiples interpretaciones sobre el mundo social y la *otredad* (Ortíz, 2000). De aquí, la importancia y pertinencia de incluir el *espacio cinematográfico* como fuente válida para conocimiento sobre otras culturas y para ampliar y complejizar los canales de *comunicación intercultural* (Iadevito-Gavirati, 2009).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AUSTIN MILLAN, T. R. (2000). Comunicación Intercultural. Fundamentos y sugerencias. Disponible en: <http://tomaustin.tripod.cl/intercult/comintuno.htm> (octubre, 2004).
- BIALOGORSKI, M. y BARGMAN, D (1996). La construcción de la imagen del migrante coreano a través de los medios de comunicación. *Revista de Investigaciones folklóricas*. 11
- BOURDIEU, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo
- CASETTI, F. (1994). *Teorías del cine. 1945- 1990*. Madrid: Cátedra
- COHEN, N y MERA, C. (comps.). (2005). *Relaciones interculturales: experiencias y representación social de los migrantes*. Buenos Aires: Antropofagia
- DOHERTY, T. (1984). Creating a National Cinema: The South Korean Experience. *Asian Survey*. Vol. 24. Nº 8
- GARCIA CANCLINI, N. (1995): Comunicación intercultural. Hacia un balance teórico en América Latina". *Telos*. 40 (pp. 29-34).
- GEERTZ, C. (1994). *Conocimiento local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas*. Barcelona: Paidós
- GRIMSON, A. (2001). *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires: Norma
- HUYSEN, A. (2002). *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo
- IADEVITO, P - GAVIRATI, P. (2009) Globalización y cine asiático: el uso de productos audiovisuales en el proceso de investigación social. *Actas en CD del Primer Congreso Nacional Pensando lo audiovisual en la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades Método-Técnica-Teoría*. Edición patrocinada por Incluir Asoc. Civil.
- JAMESON, F. (1995). *La estética geopolítica. Cine y espacio en el sistema mundial*. Buenos Aires: Paidós
- MERA, C - IADEVITO P. (en prensa). Corea en los libros escolares: el (con)texto de la construcción de una imagen. Mera, Carolina (co-autora). Edición patrocinadas por la Universidad Nacional de Tucumán.
- MOON, Jae-cheol (2006). The Meaning of Newness in Korean Cinema: Korean New Wave and After. *Korea Journal*. Vol. 46 Nº 1
- MULVEY, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. En P. Erens (ed.) *Issues in Feminist Film Criticism*. Bloomington: Indiana University Press, 1990
- RODRIGO ALSINA, M. (1996). Los estudios de comunicación intercultural. *Revista de Estudios sobre comunicación Komunikazio Ikasketen Aldizkaria Abendua* _____ (1999). *Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.
- SCOTT, J. (1996). "El género: una categoría útil para el análisis histórico" En M. Lamas (comp.) *El género como construcción cultural de la diferencia sexual*. México: PUEG-Miguel Ángel Porrúa (pp. 265-302)
- SORLIN, P. (1985). *Sociología del cine*. México: Fondo de Cultura Económica
- WHITE, R. (1994): Audience Interpretation of Media: Emerging Perspectives. *Communication Research Trends*. Vol 14 Nº 3 (pp. 3-32)
- HOOPEES, D. (ed.) (1977). *Teaching Intercultural Communication: Concepts and Courses*. LaGrange Park, Illinois: Intercultural Network.