

Influencia de Bollywood como industria cultural en la sociedad india contemporánea

Daniela Rodríguez González, C. Emilio Barreto Ramírez, Lyex Martínez Hernández

Resumen

La presente investigación constituye un análisis en torno a Bollywood, una industria cinematográfica dentro de La India, país que más cine produce a escala mundial y que, actualmente, es la sexta economía del mundo. A partir de aquí, se intenta una caracterización de los esquemas de producción de Bollywood, así como de su público meta y las ganancias obtenidas en los rodajes a fin de comprender por qué esta empresa cinematográfica se ajusta a los preceptos de una industria cultural. Para ello se ha de realizar un análisis previo de este concepto salido de la primera generación de pensadores de la Escuela de Frankfurt. Por otro lado, se brindan aspectos concernientes al cine indio alternativo que la contrapone. Puede decirse entonces que el objetivo principal de este estudio es: analizar la influencia de Bollywood como industria cultural en la sociedad india contemporánea.

Palabras Clave: Bollywood, Industria cultural, Industria cinematográfica, Cine indio alternativo, India

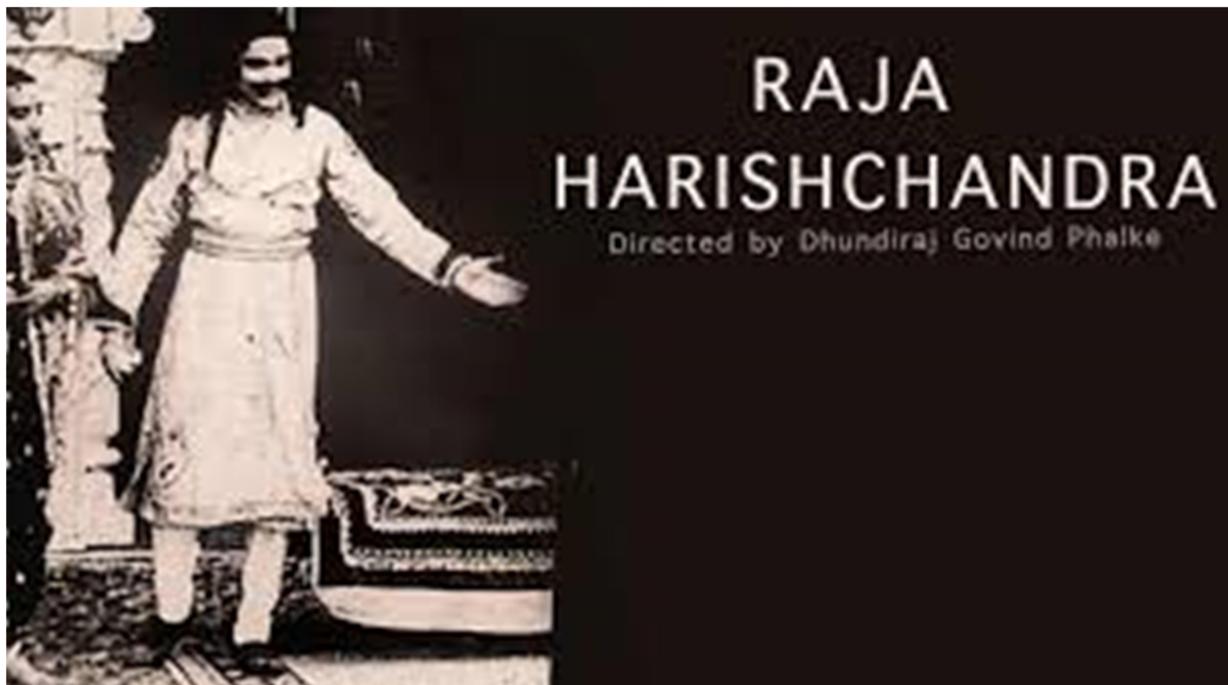
Abstract

The following research is an analysis around Bollywood, a film industry inside India, the country that produces more movies around the world, and besides, is the sixth economy of the world nowadays. From here, is attempted a characterization of Bollywood's models of production, as well as their stakeholders, and the profits obtained through filming process. That is, in order to understand why this film enterprise fits in precepts of cultural industry. For that reason, a previous analysis of this concept was made which came from the first generation of thinkers' Frankfurt School. On the other hand, it is given aspect concerning to alternative Indian cinema in comparison to Bollywood. Then, it can be said that the main objective of this study is to analyze the influence of Bollywood as cultural industry in the Indian society nowadays.

Keywords: Bollywood, Cultural Industry, Film Industry, Alternative Indian Cinema

1. Introducción

A su llegada al hotel *Watson* de Bombay, la India, en 1896, los hermanos Lumière mostraron su nueva invención, la cual los ciudadanos de esta nación tomaron como suya e inmediatamente empezaron a producir largometrajes de uno y dos rollos. Pero no fue hasta 1913, con la producción y edición de la película *Raja Harishandra*, dirigida por Dadasaheb Phalke, que se puede hablar del primer filme propio de este país. Ella se basaba en una historia épica en la cual se trataba el tópico mitológico, temática esta última que ha perdurado hasta la actualidad como eje principal en los rodajes de la India.



Ya en 1930, el número de cintas sobrepasaba el centenar por año; y con la aparición del cine sonoro en 1931 las diversas productoras se comenzaron a asentar en las distintas regiones geográficas de acuerdo a los diversos idiomas que en la India se hablan. De ello surgen, entre otras industrias, Mollywood, Kollywood y Bollywood; representando esta última la mayoría de la producción con el 83 %, en aquel momento, en este país. Seguidamente, en 1937, se estrena la primera película en colores nombrada *Kinsan Kanya*.

A partir de aquí la industria cobra popularidad, al punto de intervenir significativamente en las construcciones sociales de los individuos. Pero ¿cuáles elementos teóricos caracterizan a las mediaciones comunicativas, así como a las industrias culturales? “*Estudiar los fenómenos*

reales de comunicación significa estudiar la mediación cultural que se interpone entre los medios y los públicos, significa estudiar cómo esas mediaciones intervienen en los procesos de recepción y apropiación que los públicos hacen de lo masivo, y significa ubicarse en el estudio de la cultura popular” (Medina, 2000).

Para entender la influencia del mundo del cine en la sociedad a la que se debe y a la que se refiere en sus realizaciones, se dispone realizar un análisis sobre las mediaciones que intervienen en este proceso de recepción. Estas son reconocidas por, de cierta forma, otorgar sentido al proceso comunicativo que aparece como resultado necesario de la interacción social con los medios de comunicación. Son elementos que intervienen y regulan el proceso de producción social. Las mediaciones son *“los lugares de los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios”* (Martín-Barbero, 1987).

Por su parte, los estudios acerca de las industrias culturales tienen su antecedente en el año 1933, cuando el grupo de investigadores que conformaban el Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt abandonaba Alemania como consecuencia del ascenso de Adolfo Hitler al poder. Con ello, se empoderaba el Partido Nazi en la más alta magistratura de Alemania. Luego de ese evento de mal presagio, los frankfurtianos se agruparon en Ginebra, Londres y París, para emprender viaje hasta Nueva York en 1938. Finalmente, se reconstituyeron en la Universidad de Columbia en 1939.

Según el profesor José Ramón Vidal Valdés, los teóricos de la Escuela de Frankfurt, como también son conocidos, tienen de base la obra de Karl Marx, pues proponen una visión holística a la hora de analizar los fenómenos sociales y sus relaciones, teniendo en cuenta así las fuerzas sociales que los originan y el carácter histórico del hecho analizado (2002). La característica fundamental de estos teóricos radica en que, al analizar las sociedades capitalistas no pasan por alto sus aspectos negativos: desempleo, enajenación del hombre derivada del exceso de trabajo. Poseedores de un enfoque crítico acerca de las sociedades europeas, sus pensamientos se refuerzan al enfrentarse a la realidad del capitalismo norteamericano. Su propuesta de teoría crítica rompe con los esquemas de estudio de los fenómenos sociales que hasta ese entonces se tenía

La teoría crítica de los media constituye un estudio primario acerca de la industria cultural, término que es utilizado por primera vez por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer en un libro de ambos: *Dialéctica de la Ilustración*, el cual fue escrito entre 1942 y 1944 y publicado en 1947. Este término, que se entiende como *“un sistema institucionalizado para servir al sistema social dominante, que regula y normaliza el tiempo de no trabajo y que actúa sobre las necesidades del consumidor”* (Vidal 2001:50), sustituyó en la redacción definitiva del libro al término cultura de masas para no confundirlo con aquella cultura que surge naturalmente de las masas como forma de arte popular.

Con la llegada de la industria cultural los medios masivos de comunicación tienden a la conformación de un sistema, esto es, cine, radio y publicaciones periódicas impresas, aparecen sincronizados en sí y entre sí. Se hace presente entonces el mercado de masas que conlleva la

estandarización, pues los gustos de los consumidores presuponen estereotipos y baja calidad que se disfraza siempre de algo nuevo que viene siendo, como dice un refrán popular “el mismo perro con diferente collar”, donde los esquemas de producción se basan en modelos simplistas que casi siempre y, en su mayoría, han funcionado.

Las empresas culturales son máquinas de construcción de hábitos de consumo donde, según Ien Ang, se tienen más en cuenta los valores promedios y las regularidades más que las particularidades y las idiosincrasias de los individuos al ser estos esquematizados a partir de su semejanza con un consumidor típico cuyo comportamiento puede ser clasificado de forma objetiva e inequívoca (2010).

En tiempos de la industria cultural el individuo no es capaz de decidir por sí solo ya que el problema que se le presenta entre impulsos y razón es fácilmente resuelto por el apego sin capacidad de discernimiento que va a sentir hacia los nuevos valores que le son impuestos por esta sociedad.

A través de innumerables agencias de la producción de masas y de su cultura, se inculcan al individuo los modos normativos de conducta, presentándolos como los únicos naturales, decentes y razonables. El individuo queda ya determinado sólo como cosa, como elemento estadístico, como éxito o fracaso (Vidal, 2002:51). Es aquí cuando el hombre se encuentra a merced de una sociedad que dispone de él convirtiéndolo en un objeto y a medida que estas industrias se solidifican y estabilizan tienen mayor capacidad de influencia sobre sus consumidores.

Puede decirse entonces que el desarrollo de la sociedad está inevitablemente ligado a la industria cultural ya que el consumidor cree que es libre en su tiempo de no-trabajo pero lo que sucede es que estos productos culturales solo van a ser una mejor reproducción del proceso productivo en cualquiera de sus variantes. “Fabricados expresamente para un consumo distraído, no comprometido, estos productos reflejan, en cada uno de ellos, el modelo del mecanismo económico que domina el tiempo del trabajo y el del no-trabajo” (Wolf, 2005:50). Fabricados de modo tal que requieren rapidez de intuición y observación a la vez que limitan el raciocinio del espectador, pues este no quiere perderse los acontecimientos que se suceden rápidamente ante sus ojos.

El modelo de producción de la industria cultural no demanda que el individuo utilice la lógica pues la propia mercancía indica las reacciones. Aquí se elimina cualquier enlace evidente en la trama, todo aquello que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente eliminado. Aquello que la industria cultural comunica “ha sido organizado por ella misma con el fin de seducir a los espectadores simultáneamente a varios niveles psicológicos. El mensaje oculto, en efecto, puede ser más importante que el evidente, ya que este mensaje oculto escapará a los controles de la conciencia, no será evitado por las resistencias psicológicas en los consumos, y probablemente penetrará en el cerebro de los espectadores” (Adorno, 1954:384 en Wolf, 2005:51).

Puede plantearse entonces que la industria cultural presupone un espectador pasivo (receptor de información que puede estar manipulada) sin hacer un enjuiciamiento crítico de lo que consume.

1.1. Metodología

Esta investigación cuenta con una metodología cualitativa, la cual permite "*estudiar la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas*" (Rodríguez, 2002 cit. en Perdueles 2014).

En este caso se pretende estudiar a grandes rasgos la industria cinematográfica de Bollywood, a partir del análisis de cómo se ha posicionado en la estructura¹ (Martín Serrano, 1993) del Sistema Comunicativo de la India, y por tanto se va a explicar qué representa para esta sociedad teniendo en cuenta sus aspectos económicos, culturales y sociales.

Es por ello que el objetivo general es caracterizar la influencia de Bollywood como industria cultural en la sociedad india contemporánea. A partir de este se establecen los siguientes objetivos específicos: a) Determinar las características de las producciones de Bollywood; b) Distinguir el modo en el cual afecta a la estructura social; c) Identificar los elementos que median su consumo; d) Caracterizar a Bollywood como industria cultural; e) Fundamentar una propuesta alternativa de este cine en la propia India.

Se utilizan en este caso como técnicas y procedimientos de investigación la entrevista semiestructurada a especialistas en este cine (véase en anexo 1), el análisis de documentos y la observación de películas de esta industria cinematográfica y de la producción alternativa.

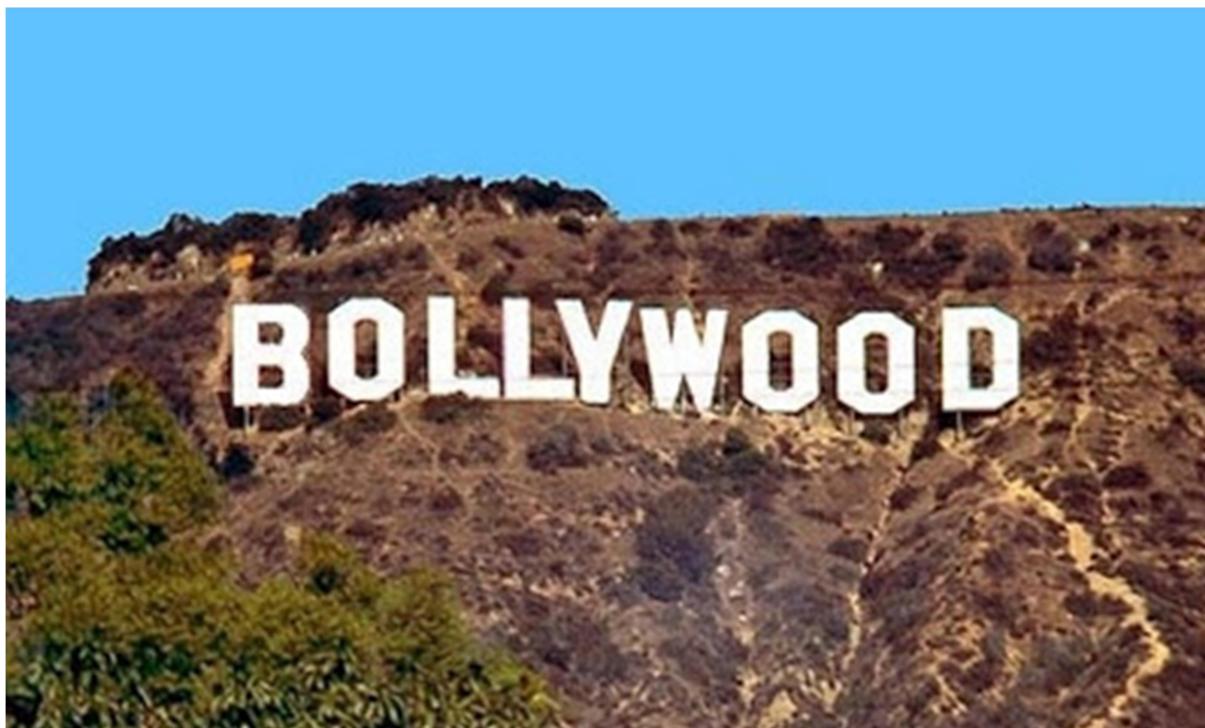
En el desarrollo de esta investigación y la elaboración del informe se emplearon los programas: Microsoft Word 2013, Microsoft Power Point 2013, KMPlayer, Windows Live Movie Maker y Picture Manager.

1. Desarrollo

1.1. La industria cinematográfica de Bollywood

"Bollywood es una propuesta diferente y llamativa, donde la música y la danza juegan un rol fundamental mediante elaboradas coreografías", así se plantea en la publicación del blog *Bollywood Sitare* del martes 7 de abril de 2009. Pero, ¿cuáles fueron sus inicios y cuáles sus características generales? ¿Por qué la música y la danza desempeñan un encargo sobresaliente en sus cintas? ¿Qué elementos median el consumo de Bollywood en la India? ¿Por qué constituye una industria cultural?

¹ Se hace referencia al Modelo Dialéctico de Manuel Martín Serrano: catedrático de Teoría de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. El Modelo Dialéctico de Martín Serrano se compone de Infraestructura, Estructura y Supraestructura, ubicados en el Sistema Comunicativo, el cual se haya subordinado al Sistema Social. Toda esta explicación se halla en el libro *La producción social de comunicación*.



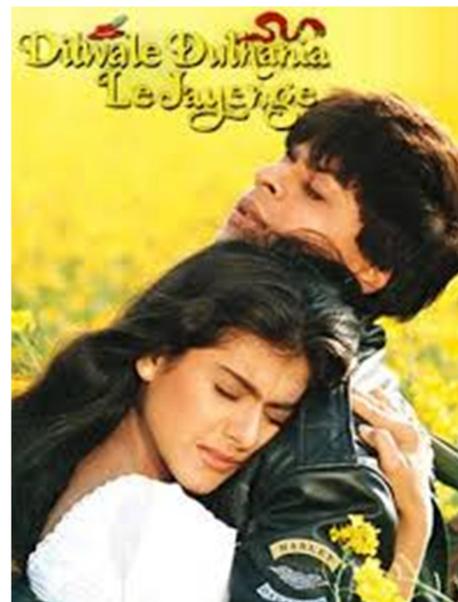
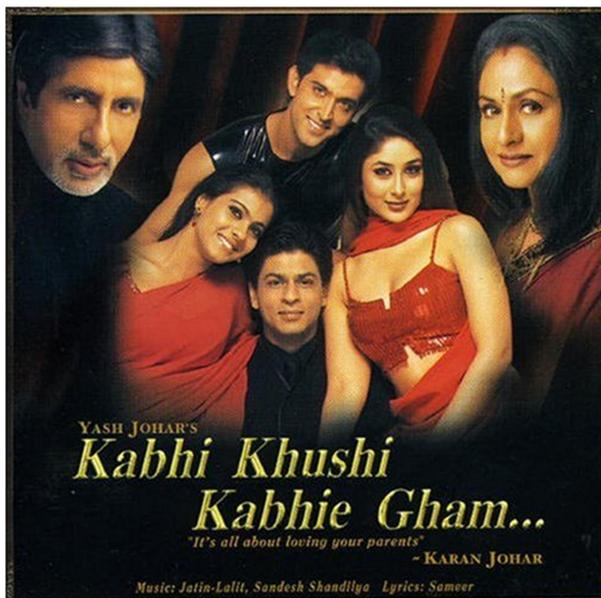
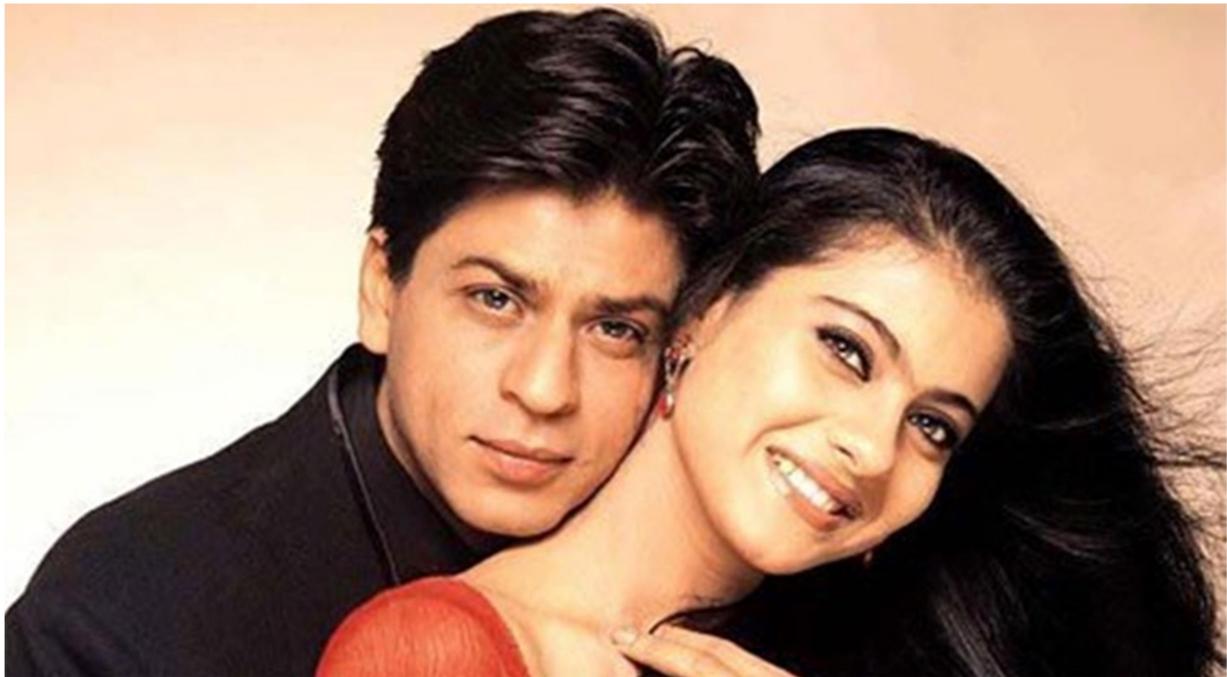
Bollywood se refiere solo a la industria cinematográfica en idioma hindi, no a las de los restantes idiomas de la India, aunque sus producciones son dobladas a alrededor de quince de las lenguas que allí se hablan (para que puedan ser distribuidas por toda la India) e incluso han filmado cintas multilingües; como es el caso de *Shabnam*, que es su primer filme con estas características, pues posee diálogos en bengalí, maratí y tamil.

Su sede se encuentra en Bombay (actual Mumbai) y se le comienza a llamar así por la década de 1970, cuando por primera vez es usada por el historiador de cine Amit Khanna y la periodista Bevinda Collaco, y a pesar de que el término es de desagrado para algunos puristas, puesto que hace alusión a una parodia de Hollywood, ya es conocida y aparece en el *Oxford English Dictionary*.

El período de auge para este cine llega a finales de la década del 1940 y recorre las dos siguientes, respectivamente. Los géneros que más producía en estos inicios eran los dramas sociales y las películas épicas, de las que se destacaron como directores Guru Dutt (con *Pyaasa*, en 1957) y Kappor (con el filme *Jis Desh Me Ganga*, en el que explora cómo se comporta un “dacoit” o un bandido). Entre los temas más tocados se encontraba: el matrimonio de las viudas (ejemplo: la cinta *Ek Hi Rasta*, de 1956), el acoso mortal por la dote (ejemplo: *Dahej*, de 1950), la necesidad de vivir juntos a pesar de las diferencias lingüísticas y culturales (ejemplo: *Teen Batti Chaar Raste*, de 1953), el de las propias diferencias entre los indios del norte y los del sur (ejemplo: *New Delhi*, de 1956) y el de los intocables (ejemplo: *Achhut Kanya*, de 1936, y *Sujata* de Bimal Roy, en 1959). Otras cintas que se destacaron en este período fueron: *Naya Daur* (1950), *Phir Suban Hogi*, de Ramesh Saigal (1958), *Ganga Jamuna*, de Dilip Kumar y la epopeya sobre el reino de Akbar, *Mughal-e-Azam* (1960).



En 1970, la industria, da un giro en su trabajo y comienza a filmar películas de acción, en las que se comenzaron a destacar las figuras de Sharmila Ragore, Amitabh Bachchan, Dharmendra, Anil Kapoor, Hema Malini, Jaya Bachchan y Rekha como grandes estrellas; pero la fuerte influencia y el gran éxito de los musicales de Hollywood provocan que Bollywood, en los decenios de 1980 y 1990, respectivamente, le dé una nueva tonalidad a catálogo de producciones y comience a generar comedias románticas musicales.

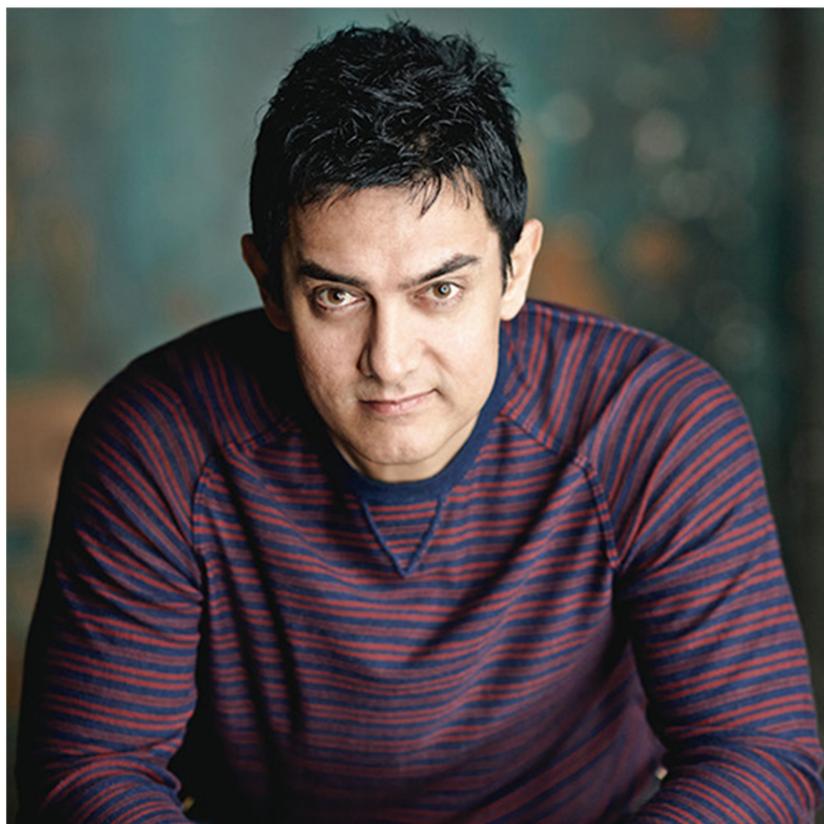


Las figuras de Shah Rukh Khan y Kajol emergen como íconos del nuevo género, considerándose una de las parejas más conocidas de la industria, pues representan para ellos lo que Angelina Jolie y Brat Pitt para el cine de Hollywood. Sus romances filmicos se encuentran entre los más recordados y se ven representados fundamentalmente en: *Kuch Kuch Hota H*, *Kabhi Khushi Gham* y *Dilwale Dulhania Le Jayengue*.



Asimismo, la Miss Mundo Sushmita Sen aparece como una de las grandes protagonistas quien, simulando una estrella del Hollywood de la década de 1950, interpreta escenas de desmayos e incluso suicidios.

El siglo XXI, por su parte, hace su entrada manteniendo el nuevo estilo de cine, pero con una novedad: su presentación en otros países con largometrajes como: *Lagan* (2001), *Devdas* (2002), *Historias de una Cortesana* (2002), *Kal Ho Naa Ho* (2003), *Veer-Zaara* (2004), *Mangal Pandey* (2005) y *Kabhi Alvida Naa Kehna* (2006). De ese modo logra convertirse en una marca reconocida en África y Asia, mientras que en Europa y Estados Unidos, su popularidad aún continúa en un período de crecimiento. De esta misma forma con *Kites* y *Mi nombre es Khan* los productores pretenden adentrarse en las pantallas de Latinoamérica.



Igualmente comienza a destacarse el director, actor y productor de cine Aamir Khan, quien se llama a sí mismo activista, por el uso del cine como medio de manifestación y difusión de las miserias y contradicciones que caracterizan a la India actual.

Llama mucho la atención, también, el hecho de que en la lista de los 33 actores mejores pagados del mundo dada por la revista Forbes el jueves 19 de mayo de 2016, tres actores indios se encuentran entre los primeros 10 lugares junto a figuras como Jackie Chan, Vin Diesel y Tom Cruise. Ellos son Amitabh Bachchan, ubicado en el séptimo lugar con 33.5 millones de dólares, al igual que Salam Khan, quien ocupa el puesto número ocho con la misma cifra, y Akshay Kumar, posicionado en el noveno puesto con 25 millones de dólares.

Luego de este breve recorrido por la historia es tiempo de analizar sus principales características. A ello se procederá sobre la base de la conferencia titulada: “*Bollywood: cine y cultura de la India*”, pronunciada por Andrés Felipe Hurtado, estudiante de Administración de Empresas, de la Universidad Icesi, Cali, Colombia, como parte del Seminario Internacional *India, un país de grandes contrastes*, se pudieron determinar los siguientes rasgos distintivos:

Primero. La temática de las películas. Aunque haya producido comedias, suspensos, thriller y acción se le conoce por los romances y dramas, puesto que en general su principal temática es el amor y la búsqueda de la felicidad. Es un cliché que la trama del filme sea dos jóvenes que se conocen bien por casualidad o no. O que se enamoren y luchen contra disímiles barreras con el propósito de vivir su amor libremente. Las barreras pueden ser de diversa

naturaleza, como es el caso de las diferencias económicas, sociales, de casta, conflictos políticos y tradiciones arraigadas como matrimonios arreglados. Además, es bastante conservadora en las escenas, ejemplo de ello es que los personajes generalmente no se besan; pero ello se contrarresta con las apasionantes miradas que se lanzan mutuamente.

La segunda. Se encuentra bien relacionada con este último planteamiento, pues emplean la imagen como centro de atención. Los directores se enfocan más en la profundidad de la imagen, debido a que prefieren escenas emocionales y altamente impactantes, en las que reine el lenguaje no verbal (miradas, caricias, trato) entre los actores; a las secuencias de acción, velocidad y movimiento que propone Hollywood. Es decir, es como si su filosofía fuese la popular frase: *“una imagen vale más que mil palabras”*.

La tercera. Involucran las tradiciones socio-culturales con los rodajes. Ello se propicia a partir de que el cine es una forma de representación de la realidad. Con ello se ha logrado que los personajes indios reflejen los patrones de comportamientos, gestos, valores y tradiciones típicos de su país. El especial trato que le dan en las cintas a la convivencia, la hermandad, la amistad, la lealtad, el amor y la paz en el núcleo familiar; así como al respeto por los padres, por el matrimonio como institución, por la familia y por lo relacionado con lo ancestral y sagrado, es una muestra de ello.

La cuarta. Uso de las locaciones y paisajes, puesto que las escenas en los sets no constituyen lo predominante en los filmes. Lo más común es encontrar a los personajes en templos, monumentos, grandes ciudades o paisajes naturales ya sea montañoso, un valle florido o los campos de cosecha de las aldeas; es decir, lo que reina es el vínculo de estos con la genialidad de lo natural y lo ciudadano del País.

La quinta. Es el vestuario que lucen los actores. Aunque hay cintas en las cuales el uso de zapatillas, jeans, camisetas y chaquetas es normal. Lo general es el empleo de lujosos accesorios combinados con vestidos tradicionales hechos de seda, típicos tanto para mujeres como para hombres.



La sexta y última constituye la más representativa. Es el acompañamiento musical. Aunque se dice que en sus inicios la razón de que el audio fuese prioritario en estas películas radica en que el número de actores en escena era poco, y se dio mayor preponderancia a las canciones y la voz para mantener al público atento. En la actualidad el uso de la danza, la poesía musical y el canto está basado en creencias indias antiguas, así como en otros elementos que más adelante se explicarán.



Aclarados los elementos distintivos de la industria cinematográfica, se está en condiciones de analizar la influencia que ella tiene en la actual sociedad india, para ello el equipo se ha apoyado en el modelo comunicativo que propone Manuel Martín Serrano, en su obra *La producción social de comunicación*.

Partiendo de la infraestructura del sistema social, Manish Gajjar (experto en Bollywood) plantea que “la mayor parte de la población que va al cine no tiene otra forma de entretenimiento debido a las malas condiciones de vida y a los bajos salarios. Por esto, las películas de Bollywood son una vía escapista para estos espectadores”²; puesto que su precio es generalmente 125 rupias (precio que equivale a 3 dólares americanos), aunque puede variar dependiendo de la modernidad y ubicación de la sala. Debido a ello es que las películas suelen durar aproximadamente tres horas y mezclar varios géneros (infraestructura del sistema comunicativo), así como usar en gran medida la música, para intentar satisfacer la gran demanda de entretenimiento que tiene este sector de la sociedad. Igualmente, ello ha provocado que esta productora se caracterice por la grabación de grandes cantidades de cintas anualmente, entre 900 y 1200, empleando para ello presupuestos de entre 5 y 20 millones de dólares; lo que ha llevado

² Tomado del artículo *El cine indio como industria*, del martes 7 de abril de 2009 del blog *Bollywood Sitare*.

a que se posicione como la mayor industria cinematográfica del mundo en términos de películas producidas.

Ello lleva a que en la estructura encontremos que al ser la India –luego de China– el segundo país más poblado del mundo, y presentar la situación antes explicada, alrededor de 12 millones de personas vayan diariamente al cine, lo que ha provocado que Bollywood se posicione como la industria que más boletos vende anualmente con un promedio de 2,724 millones, lo que hace que supere incluso a la industria de Hollywood, cuyo promedio anual es de 1,258 millones. Ello ha traído consigo que el crecimiento anual que la industria objeto de estudio supere con un 13 % aproximadamente a la estadounidense, cuyo crecimiento es de un 6 % aproximadamente.

En el caso de la supraestructura, podemos apreciar que el sistema de comunicación pública, como se planteó anteriormente, es reflejo de la realidad de aquella sociedad. En las películas se rescatan sus tradiciones religiosas y culturales, y ha logrado establecerse como la institución que marca las tendencias de la moda entre los jóvenes de allí. De ahí, y de toda la descripción que se ha venido realizando del sistema social, parte su supraestructura.

La juventud india, ya considera a las estrellas de Bollywood como dioses, imitan sus bailes y vestuarios, y han acogido los lugares en los que filman como destinos turísticos en sus salidas. Asimismo, ir al cine ya lo han vuelto un rito, y sus salones se convierten en el punto de encuentro de grupos de muchachas y muchachos, él significa para ellos lo que las discotecas para los occidentales. De esta misma forma, al asumir el compromiso, es tradición prácticamente obligatoria, en las primeras citas, el binomio de ir al cine y luego cenar.

Este análisis sienta las bases para comprender claramente los elementos que median el consumo del cine bollywoodense en la India.

El primero y mayor factor, es como ya se venía explicando, el económico que ha logrado colocar al cine como la oferta de distracción más accesible para la sociedad en general.

El segundo, es el cultural, puesto que los largometrajes de Bollywood, muestran y rescatan sus propias tradiciones tanto culturales, dígame costumbres, formas de vestir y normas de educación; como religiosas. Ello lleva a que él público se sienta a gusto con lo que consume, puesto que respeta su forma y estilo de vida, a pesar de las violaciones que se cometen por los protagonistas para lograr vivir su amor independientemente de todo ello.

1.2. El concepto de industria cultural y Bollywood

A partir de los elementos explicados se puede reafirmar que Bollywood es una industria cultural que, teniendo en cuenta las tradiciones y la idiosincrasia propia del pueblo indio, produce filmes que responden a los hábitos de consumo de sus espectadores. Al proporcionar entretenimiento a aquellos que tienen un nivel adquisitivo menor, reproducen belleza, moda, bailes y canciones. Han llevado el arte al ámbito público, tanto es así que en las ciudades indias se han creado escuelas donde se les enseña a sus estudiantes las coreografías de las películas de Bollywood.

Basado en los modelos de estrategias de comunicación y estudios de mercado que siempre han funcionado en cuanto a aceptación comprometida del público se refiere, la industria bollywoodense deja su sello propio puesto que, cuando se estrena una película, ya hace mucho tiempo que se dieron a conocer sus temas musicales, lo que garantiza el éxito total del filme, pues la gente va a ver la coreografía y la canción que más le ha gustado. Aquí el consumidor es objetivado una vez más, pues la industria hace que se sienta atraído hacia una escena en particular con el único fin de romper los records de venta en taquilla.

En una entrevista realizada por Anil Saari³ a Raj Kapoor después de la realización de *Bobby* en 1973, este director de cine comentó que sus películas están enfocadas a la clase de personas que pudieran describirse comunes, esto es, hechas en un nivel medio para los ciudadanos habituales y trata de explicarles las cosas en ese nivel y además decir algo que los entretenga. Este director basa sus producciones en cuestiones meramente recreativas, y no intelectuales. Todo ello sobre la base de que, en la India, la población no cuenta con muchas formas de distracción, y aprovechando a su vez la cobertura que da tener las entradas de cine más baratas del mundo.

En esa misma entrevista sentenció que el cine comercial hindi es único, pues difiere mucho del cine regional que muestra cultura y tradiciones específicas de los distintos estados. El cine hindi tiene una cobertura más ancha en cuanto a la representación de aquellos valores más nacionales y universales que identifican a la sociedad india. Plantea además, que el cine hindi representa una escuela de pensamiento y un estilo de vida particular, pues si mediante el cine se le puede brindar a las personas algo que apele a una necesidad básica de la personalidad humana, las películas tendrán una alta aceptación por sus públicos. El cine es esencialmente humanista; las palabras no son importantes; lo visual sí lo es.

1.3. La otra cara de la moneda

“La gente de la clase alta no se relaciona ni habla con la clase trabajadora, para ellos son siervos, son los que hacen el trabajo sucio. A la élite no le interesa saber de dónde vienen, ni cómo son sus vidas. Por eso es importante llevar la vida de esta gente a la pantalla. Así nadie podrá ignorarla, todos tendrán que verla”, expresó Anand Patwardhan en el Blog *Cine Invisible* el 17 de noviembre de 2015

Más allá de Bollywood existe un mundo de producción cinematográfico alternativo, ese que algunos llaman culto porque se aleja de los preceptos del cine comercial que gira en torno a

- ¿Qué quieren ver los consumidores?
- ¿Qué funciona según los estándares del mercado?

³Anil Saari (1945-2005) fue un periodista, poeta, dramaturgo y crítico de cine. Trabajó en numerosos periódicos a lo largo de su carrera y fue uno de los primeros críticos de cine de la India.

Cine popular, alternativo, independiente... todos apuntan hacia una concepción mucho más humilde al que pueden acceder las clases más bajas pues toca todos los estratos sociales de la India, profundizando así en su controvertida realidad.

“Fuera del encorsetado universo de la factoría Bollywood, los cineastas indios exploran ideas en torno a la migración, las castas, las clases sociales, la sexualidad y la religión, desafiando formas de ver y entender la cultura y cuestionando los grandes sistemas sociales”, afirmó Nona Rubio en el Blog de Viajes a India el 27 de junio de 2011.

Este cine paralelo a los cánones filosóficos y artísticos de Bollywood constituye legítimas pruebas etnográficas de las realidades económicas y sociopolíticas que han influido en sus realizadores, que han sido calificados por algunos escépticos como “un grupo de rebeldes” que, si no es menos cierto, han sabido convertir la cultura en una política alternativa y emancipadora, “que invita a ver más de lo nuevo y menos de lo mismo”, según expresó Marco Velásquez-Ruiz el 23 de noviembre de 2015 en el Blog “El tiempo”.

En una India llena de contrastes⁴ los cineastas alternativos apuestan por tratar temas polémicos y actuales como: la migración, las castas, las clases sociales, el género, la sexualidad, la religión, el secuestro de niños y su desaparición para su venta como esclavos en talleres clandestinos o redes de prostitución, contribuyen a elevar lo cotidiano a lo artístico y cultural, lo que hace que esta forma de cine sea crítica rozando lo documental.



⁴En la India una parte de la población vive en la posmodernidad, otra en la época moderna y la gran mayoría en periodos anteriores al feudalismo.



El nuevo movimiento de cineastas que con sus películas ha sacado a la luz el lado menos brillante y festivo que el que se trata en las megaproducciones bollywoodenses. Tal es el caso de Deepa Mehta, cineasta indo-canadiense cuya obra filmica se desarrolla fuera de la India pero que al final viene a tratar los temas de su actualidad. Esta artista de la lente produce off-Bollywood debido a la censura respecto a temas sexuales que existe en la famosa industria cinematográfica. Su obra ha sido tildada de valiente y provocadora porque pone al descubierto temas censurados o tabúes en esa sociedad por la religión. Un ejemplo de ello es el filme *Fuego* que

“muestra la vida de una familia de Nueva Delhi compuesta por dos hermanos, sus respectivas esposas y la madre de los hombres, una mujer impedida. El drama familiar es doble, y afecta ante todo a ambos hombres: uno, el mayor, casado desde hace 13 años con Radha (Shabana Azmi), vive bajo el cobijo moral de un *guru* y torturado por la esterilidad de su bella esposa. El otro, presionado por su hermano, se ha casado -el filme comienza con su boda- con una no menos bella joven, Siat (Nandita Das), aunque no está dispuesto a abandonar una larga relación amorosa con una mujer china que nunca ha querido casarse con él” (Torreiro 1997).

Este filme es, según su propia autora, “una metáfora sobre la India de hoy, pero también una película sobre las aspiraciones de las mujeres de cualquier lugar, no necesariamente sólo de la India” (Torreiro 1997). El primero en la historia del cine indio en tratar el tema de la homosexualidad de una forma tan explícita, hace un juego entre lo antiguo dado por el negocio de comida para llevar y lo moderno: negocio del videoclub.

En un país donde la homosexualidad se considera un delito, Deepa Mehta decide romper con los estigmas y poner este tema ante la lente. Ella considera que la mujer, sin importar la adversidad, debe tener el derecho de la autodeterminación, decidir por ella misma su futuro y romper las cadenas sociales que le imposibilitan disfrutarlo plenamente.

2. Conclusiones

Se pudo conocer cómo las industrias culturales manipulan psicológicamente a los sujetos y alteran su individualidad. Al establecer patrones de creación artística “*definen el modelo comportamental del espectador, antes de que éste se cuestione ningún contenido específico, determinando por tanto en amplia medida la forma en que será percibido cualquier contenido específico*” (Adorno, 1954:388 en Wolf 2005:52). Puede decirse entonces que la industria cinematográfica de Bollywood es uno de los elementos que está mediando decisivamente la sociedad india moderna. A partir de Bollywood se crean continuamente patrones de comportamiento. Por ello, constituye un ámbito de generación de valores sociales y religiosos en los jóvenes, por la gran popularidad que posee entre ellos. Igualmente, gracias a la representatividad que ella tiene y por la tradición que ha creado de ir al cine los domingos, y como parte de las primeras citas de los compromisos; es una de las pocas productoras filmicas que no se ha visto grandemente afectada por el fenómeno de la piratería y de Internet.

Asimismo, ha logrado posicionarse como la mayor competencia para la industria de Hollywood, superándola incluso en aspectos tales como: la venta de boletos para el cine, el crecimiento económico y la producción cinematográfica. Ello ha traído como consecuencia que muchos periodistas y reporteros la consideren *la nueva meca del cine a nivel mundial*.

Además, se pudo comprobar que mientras Bollywood crea modos y hábitos de vida en la India, existe una producción cinematográfica más allá de sus paredes que en contraposición, se dedica a mostrar los males que ello ha creado en la sociedad, sobre todo lo fuerte de las tradiciones en ese país. Este es el conocido cine alternativo.

Bibliografía

Ang, I. (1996) *Las guerras de la sala de estar*. Barcelona: Bosch.

Blanco, D. (2013). *Bollywood y Nollywood, las dos nuevas mecas del cine mundial*.

Infobae.com, 1 de julio de 2015. Obtenido el 22 de mayo del 2016.

(<http://www.infobae.com/2013/07/01/718060-bollywood-y-nollywood-las-dos-nuevas-mecas-del-cine-mundial/>)

- Esquinca, J. (2016). *Industrias del cine que son más poderosas que Hollywood*. Fahrenheit.com, 2 de mayo de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://fahrenheitmagazine.com/cultura/cine/industrias-del-cine-mas-poderosas-hollywood/>)
- Fortunic, A. *Cine indio- la magia de Bollywood. La lección de Bollywood*. Obtenido el 1 de junio de 2016. (<https://bollywoodvideos.wordpress.com/>)
- García, A. y Baxin, T. (2015). *Bombay y Hollywood: cine Bollywood; la hibridación cultural. El ritmo de Bombay en la pantalla grande*. Join.org.mx, 27 de enero de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://join.org.mx/2015/01/bombay-y-hollywood-cine-bollywood-la-hibridacion-cultural/>)
- García, E. (2013). *Nollywood, la industria del cine nigeriano entre las más grande del mundo junto a Hollywood y Bollywood (I)*. Eleazar García.wordpress.com, 13 de diciembre de 2015. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<https://eleazargarciablog.wordpress.com/2013/12/13/nollywood-industria-cine-nigeriano-junto-hollywood-bollywood/comment-page-1/>)
- González, J. (2014). *Por qué Hollywood ya no es la meca del cine*. BBC.com, 18 de marzo de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/03/140313_cultura_hollywood_industria_cine_declive_jg)
- Grijalba, S. (2013). *Bollywood cumple cien años*. El mundo.es, 5 de mayo de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/03/cultura/1367605450.html>)
- Hurtado, A. (s/f). *Bollywood: cine y cultura de la India*. Icesi.edu.co. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<https://www.icesi.edu.co/india/ponencias/cine.html>)
- S/a. (2013). *Bollywood: un siglo de cambios en India*. BBC.com, 6 de mayo. Obtenido el 22 de mayo de 2006. (http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/05/130505_cultura_bollywood_india_reflejo_sociedad_tsb)
- S/a. (2016). *Bollywood ya destrona a Hollywood en producciones*. As.com, 14 de marzo de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (http://as.com/videos/2016/03/14/mas_videos/1457955884_148940.html)
- S/a. (2016). *Bollywood le pisa los talones a Hollywood*. Informador.mx, 20 de mayo. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2015/607406/6/bollywood-le-pisa-los-talones-a-hollywood.htm>)
- S/a. (2009). *El cine indio como industria*. Bollywood Sitare. Blogspot.com, 7 de abril de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://bollywoodsitarebcn.blogspot.com/2009/04/el-cine-indio-como-industria.html>)

S/a. (2015). *La industria del cine indio le sigue los pasos al glamuroso Hollywood*. Dinero.com, 24 de septiembre de 2015. Obtenido el 22 de mayo de 2016.

(<http://www.dinero.com/economia/articulo/bollywood-industria-del-cine-india-sigue-pasos-hollywood/213877>)

S/a. (2013). *Las nuevas mecas del cine*. Terra.es, 18 de agosto de 2015. Obtenido el 22 de mayo del 2016. (<http://entretenimiento.terra.es/cine/las-nuevas-mecas-del-cine,2910cb408e680410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>)

S/a. (2016). *Los 10 países con más boletos de cine vendidos*. Forbes.com.mx, 20 de mayo de 2016. Obtenido el 22 de mayo de 2016. (<http://www.forbes.com.mx/los-10-paises-con-mas-boletos-vendidos-en-el-mundo/>)

Vidal, J. R. (2002). *Medios y Públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Estudios sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente Brau.

Wolf, M. (2005). *La investigación de la comunicación de masas*. España: Paidós.

Serrano, M. M. (1993). *La producción social de comunicación*. Madrid, España: Alianza.

3. Anexos

Anexo 1

Guía de entrevista realizada el 31 de mayo de 2016 al Especialista en Cine Indio Mario Espinosa, de la Cinemateca de Cuba en el Instituto de Arte e Industrias Cinematográficas (ICAIC).

- 1- ¿Cuáles cree usted que hayan sido las causas del surgimiento de una industria cinematográfica india propia?
- 2- ¿De qué manera Bollywood ha contribuido a cultivar la intelectualidad de sus consumidores?
- 3- ¿En qué medida Bollywood ha reflejado el contexto de ese país?
- 4- ¿A qué elementos culturales responde el uso del baile en las películas producidas por Bollywood?
- 5- ¿A qué se debe el giro hacia la producción del género comedia romántica en Bollywood? Pues se tiene entendido que a principios del surgimiento de esta industria (dígase años 40) las películas que se producían eran épicas y por los años 70 de acción.