

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Bollywood en Perú [Bollywood in Peru]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	León Geyer, Martin
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-07 05:21:09
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/217271

Bollywood en Perú

Culturas populares y globalización de las emociones

En las décadas de 1970 y 1980 varias salas limeñas se llenaban de familias que iban a ver las largas y melodramáticas producciones de cine que llegaban desde la India. Hoy esas salas ya no existen, pero eso no impide que la incidencia del cine indio se haya mantenido –DVD piratas mediante– ni que este atraiga a nuevos *fans*. Ya no se trata únicamente de espectadores pasivos: además de mirar y escuchar, muchos jóvenes de origen popular se han decidido a bailar y cantar, imitar y reinventar. Esta breve etnografía propone algunas claves de lectura para la nueva dirección que el cine de Bollywood está tomando en Perú.

MARTIN LEÓN GEYER

■ Traspasar el umbral

En estos días en que los asuntos del «patio trasero de la cultura»¹ atraen más atención de los estudiosos, lo primero que me viene a la mente cuando pienso en cómo abordar el tema «Bollywood en Perú» es el recuerdo visual de unos adolescentes que aparecieron hace pocos años en varios programas de televisión bailando frenéticamente. Su vestuario y su música eran una simpática copia de lo que muchos llaman, con un tono algo burlón, «Bollywood». De hecho, en la India, a casi nadie le agrada que su industria cinematográfica reciba ese nombre, incomodidad que también expresan los estadounidenses

Martin León Geyer: Magister Artium de la Universidad de Tubinga, con mención en Estudios Culturales y Ciencias Políticas. Es colaborador del Centro de Estudios Orientales de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y docente de Sociología Urbana en la Universidad Científica del Sur. Trabaja en el área cultural del Goethe-Institut de Lima.

Palabras claves: cultura popular, cine, redes sociales, Bollywood, India, Perú.

1. Orvar Löfgren: «In the Backyards of Modernity: On the Power of the Inconspicuous», ponencia presentada en *Re-Vision: die Kultur(en) der Gesellschaft. Horizonte und Perspektiven der Europäischen Ethnologie*, simposio internacional, Jacob-und-Wilhelm-Grimm-Zentrum, Universidad Humboldt, Berlín, 21 al 23 de enero de 2010.

cuando se arroja todo lo que se produce en su país en el gran saco de papas que para muchos constituye Hollywood.

En cualquier caso, impresionan los números que maneja la industria del cine en la India, que produce desde hace décadas enormes cantidades de películas: más de 800 al año², a las que se añaden cada vez más superproducciones, como por ejemplo *Kabhi Khushi Kabhie Gham* (Karan Johar, 2001), que se proyectó en Sudamérica bajo el nombre *La familia hindú*, o *Enthiran* [Robot] (S. Shankar, 2010), que rompió los récords de Bollywood con un presupuesto que bordeó los us\$ 24 millones. El periodista John Boudreau señala que el costo de producción en la industria cinematográfica de la India es relativamente bajo, entre us\$ 1 millón y us\$ 4 millones en promedio, una bicocha si se compara con la industria californiana del cine, donde una película de us\$ 20 millones es considerada *low budget*³. Otros apuntan que el sistema de producción del cine indio es una solución inteligente para ofrecer espectáculo de manera accesible a mucha gente; de hecho, el bajo costo de las entradas en la India así lo demuestra.



Escena de *Enthiran*, a los pies de las ruinas de Machu Picchu.

2. René Weber: «Reencuentro con el destino. Bodrio *for export*» en *Butaca Sanmarquina* N° 21-22, 2004.

3. Boudreau señala que entre 80% y 90% de los filmes producidos en la India son un fracaso financiero. «Es como el mundo del capital de riesgo», apuntó el empresario Anil Godhwani. «Si uno hace una sola inversión, las posibilidades de perder ese dinero son altas. Pero si uno hace una docena, las probabilidades indican que una o dos serán un éxito». J. Boudreau: «Interest Grows for Indian Film Industry» en *The Mercury News*, 18/4/2004.

El cine popular indio es glamoroso y colorido y tiene una enorme fuerza visual que se expresa en una alegría desbordante a través de sus historias románticas, acompañadas de música y baile pop. Tanto en sus escenarios como en los vestuarios, los filmes exhalan una barroca alegría por la vida. Esa «esencia», como la llama Soniya, una limeña de 27 años, es lo que la sedujo y la hizo convertirse en una fanática de estas películas, sus canciones y estrellas, tanto que pasa sus domingos ensayando pasos y movimientos de manera casi profesional.

Muchos dicen haber identificado la fórmula de trabajo de Bollywood: se trataría simplemente de sumar comedia, drama, engaño, sensualidad, música, baile y un *all-star cast*, es decir un elenco de estrellas de cine, para asegurarse de que la nueva película, así producida, llene la sala como sus antecesoras. Como lo define de manera muy precisa René Weber,

La exitosa industria del cine de la India, el mayor productor a nivel mundial con un volumen anual que bordea los 800 largometrajes, se ha construido sobre la base de un sólido *star-system* e historias de amor que incorporan en cada cinta –de tres horas de duración en promedio– un par de estrellas, alrededor de seis canciones y algunas danzas. Esta fórmula comercial que ha llevado el melodrama al paroxismo, opacando a cineastas tan importantes como Khwaja Ahmad y Satyajit Ray, y provocando la risa despectiva en el Occidente desarrollado, tiene un público cautivo inmenso.⁴

■ Tribulaciones de un robot

Lo que sí parece causar querrela es si esta fórmula es «buena» o «mala». Para algunos, es la muestra de un cine que funciona, que cumple con sus objetivos. De hecho, millones de personas en el mundo lo consumen. Para otros, es un cine que hace décadas se encuentra en un estado de sobreaceleración, lo que le hace cada vez más difícil llevar a su público contenidos de calidad⁵. En ese sentido, no llegaría a cumplir con la tarea encomendada por Sergei Eisenstein, para quien «la labor del cine es hacer que la audiencia ‘se beneficie’, no se trata de ‘entretenerla’. Asirse, no distraerse. Dotar a la audiencia con cartuchos, no derrochar las energías que la trajeron a la sala. ‘Entretenimiento’ no es realmente un término inocuo: por debajo ocurre un proceso bastante concreto y activo»⁶.

4. Ob. cit.

5. Chidananda Das Gupta: «Cinema: The Unstoppable Chariot» en Hiranmay Karlekar (ed.): *Independent India - The First Fifty Years*, Oxford University Press, Delhi, 1998.

6. S. Eisenstein y Jay Leyda (ed.): *Film Form - Essays in Film Theory*, Meridian Books, Nueva York, 1957, p. 84, citado en Alfredo Aguilar: «Elementos de entretenimiento», material de trabajo, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Lima, Lima, 2007.

Por supuesto que hay mucho de razón en este reproche. La propia subjetividad del etnógrafo en el acercamiento a su objeto funge de barrera o de puente hacia el mundo del objeto estudiado, y en ese sentido mi aproximación al cine de Bollywood fue difícil y a menudo irritante. Lo que más me molestó en las películas que me recomendaron, como *Enthiran* y *La familia hindú*, fue la falta de reflexión y su propuesta para un goce superficial sin una segunda mirada. Es una fórmula básica, que puede llegar a ser difícil de aguantar o de resistir sin dormirse. Mientras buscaba acomodar mi cuerpo en el sofá frente al televisor para contrarrestar mi incomodidad psicológica con lo repetitivo y superficial de las tramas, trataba de recordar las escenas que me habían sorprendido gratamente, para superar el trance siguiendo los consejos irónicos de Derek Malcolm⁷.

Pero mientras Malcolm le reconoce valor a este cine, René Weber, desde el Perú, resalta la otra cara de Bollywood: la gran mayoría de las producciones son casi siempre ingenuas y aburridas en su trama, los números musicales insertados ofrecen coreografías de una precisión asombrosa pero no tienen

**Las escenas y tramas
 no solamente están
 sobrecargadas de lastre
 innecesario para un
 cinéfilo, sino que a veces
 caen en un relativismo
 cultural peligroso ■**

prácticamente nada que ver con el argumento. Lo que exporta el cine indio bajo la marca Bollywood termina por lo general siendo, a sus ojos de crítico de cine, un «bodrio *for export*»⁸.

En ese sentido, las escenas y tramas no solamente están sobrecargadas de lastre innecesario para un cinéfilo, sino que a veces caen en un relativismo cultural peligroso. En una de las escenas claves de la mencionada *Enthiran*, el personaje principal, un androide que es una réplica perfecta de su creador, defrauda a su mentor cuando este intenta venderlo al ejército de la India como un arma supersecreta y luego fracasa al rescatar a una joven de un incendio dantesco. Al sacarla de la bañera donde la joven mujer fue sorprendida por el fuego y llevarla de apuro a un lugar seguro, pero infestado de periodistas que esperan registrar el acto heroico, el androide olvida cubrirle el cuerpo desnudo. Por la vergüenza que siente al haber sido expuesta su desnudez frente a todos y ante el horror que ve en los ojos de su madre y de sus familiares, la joven sale corriendo y termina atropellada y muerta a unos metros del lugar.

7. «Foreword» en Lalit Mohan Joshi (ed.): *Bollywood: Popular Indian Cinema*, Dakini, Londres, 2002.

8. R. Weber: ob. cit.

De este modo, lo más dramático de esta escena no es la muerte de la doncella rescatada, sino la vergüenza de la exposición; en la película, el culpable es el robot, que no supo adecuarse a las costumbres. El hecho de que en muchos círculos culturales de la India la vergüenza siga siendo más importante que la propia vida no se pone en tela de juicio en ningún momento. Es más, debemos ser tolerantes, como me explican algunos de los fanáticos peruanos del cine indio. El argumento culturalista «ellos son así, es su cultura» es incorporado sin mayor reflexión.

Lo irónico es que al final de esta superproducción el robot es desmantelado y depositado en una especie de museo científico, a la espera del momento en que la India esté a la altura de su propuesta tecnológica; esta escena podría interpretarse quizás como un guiño y una crítica muy sutil del director a las condiciones sociales imperantes.

Ahora bien, ¿de qué hablamos cuando nos referimos al cine popular indio? Está claro que no es el cine de los grandes directores de la India, el cine independiente y vivaz que arrasa en festivales como el que se lleva a cabo en Stuttgart, Alemania. Es más bien aquel que emplaza en nuestra memoria visual, a una velocidad industrial, escenas tan románticas como conservadoras y repetitivas, o espectaculares coreografías compuestas por saris mojados, pantalones ajustados y camisas abiertas, acompañadas de movimientos de caderas llenos de sensualidad. Todo ello, en escenarios tan intercambiables y distantes como un centro comercial en Londres, las pirámides de Egipto o las ruinas de Machu Picchu⁹.

Para unos, se trata de un cine conservador, superficial y artificial, un cine ridículo y frívolo, interesante a lo más para aproximarse «antropológicamente» a las clases sociales semiilustradas¹⁰. Pero de allí a aprender a disfrutar de verdad de la propuesta estética del cine indio popular, hay a veces un largo trecho.

■ Búsquedas detrás de la puerta

Inicié mi búsqueda sobre la influencia de Bollywood en Perú entre mis colegas y pares. Pero hablando con varias personas ligadas al cine, a la actuación

9. D. Malcolm: ob. cit., 2002.

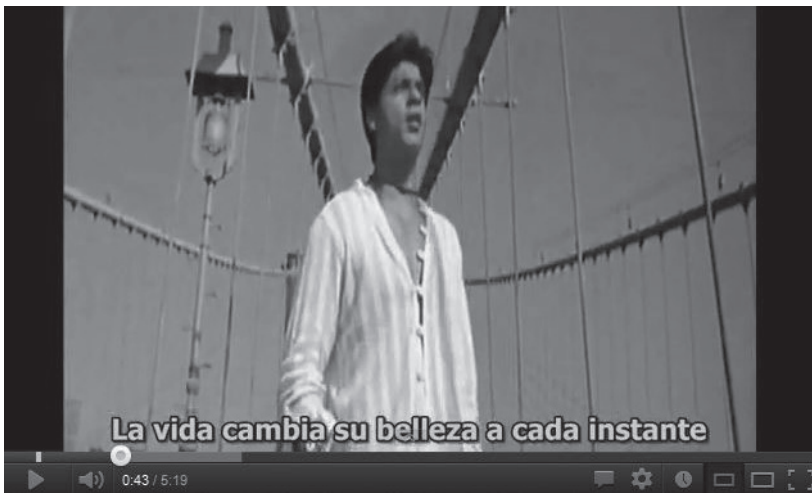
10. Bernd Jürgen Warneken (ed): *Volksfreunde: Historische Varianten sozialen Engagements. Ein Symposium*, Tübinger Vereinigung für Volkskunde, Tübinga, 2007.

y a la academia, descubro que este fenómeno cultural resulta prácticamente desconocido. Para estos grupos, los seguidores peruanos del cine indio son como una tribu subterránea y casi todos me recomendaron ir a donde pensaban que podría encontrarla: el barrio chino ubicado en el centro de Lima.

Mis largas caminatas iniciales por el barrio chino no tuvieron mucho éxito. Claro, encontré rápidamente los DVD piratas y las ropas de la India, y también mucho incienso. Encontré también algunas personas muy solícitas que decían tener el contacto pero que en realidad terminaban invitándome a uno de sus templos, tema que escapa a los alcances de este texto, aunque es claro que puedan existir ciertas conexiones.

Un primer acceso para avanzar en esta *short ethnography* fue entonces el reino de la India en el Perú, es decir, las galerías comerciales ubicadas en el centro histórico de Lima alrededor del barrio chino. Allí, una mujer muy joven se ha especializado en la venta de películas de Bollywood. No solamente eso: ha profundizado su oferta de productos y ofrece también un *best of*, es decir, una colección con los mejores o más populares números musicales extraídos de un sinfín de películas «crackeadas», que su hermano se ha encargado de seleccionar y reunir afanosamente en un DVD.

Al otro lado del pasillo, a menos de tres metros del local de películas, está el quiosco especializado en pop surcoreano o *k-pop*, con los DVD piratas de las telenovelas y los conciertos de los *boygroups* y *girlgroups*, y a la vuelta, una



Bollywood en YouTube.

tiendita donde es posible conseguir cualquier ídolo de manga o animé en formato 3D y de plástico. Que existe toda una población ávida de consumir este tipo de productos foráneos lo demuestra el gran número de personas que van y vienen entre los diversos quioscos y puestos de venta. Era innegable que ante mi pregunta sobre dónde está el Bollywood en Perú se abría todo un mundo.

Así, una vez establecido el primer contacto, un diálogo llevó a otro, una cita a otra cita y finalmente, en YouTube primero y luego en Facebook, encontré una escena viva y fresca, perfectamente interconectada, a la cual los últimos lanzamientos indios suelen llegar con solo unos 10 días de retraso –mientras que la mayoría de las obras del cine independiente nunca llegan a nuestras orillas–.

El otro camino de la búsqueda, el de las salas especializadas en el cine indio, tuvo un periplo igualmente accidentado y brumoso. De hecho, ya no existe ninguna y sobreviven muy pocos registros de aquellos cines que mostraban de manera regular en su programación las películas de Bollywood. El fenómeno, que tuvo su era de oro en las décadas de 1970 y 1980, debe haber muerto olvidado y con estertores ya por el año 2005, cuando el último de esos cines, el City Hall, ubicado en el antiguo barrio obrero de Breña, fue comprado por una iglesia evangélica, como casi todos los antiguos cines de la ciudad¹¹.

Trato de imaginarme la fascinación que habrán sentido sus primeros espectadores. Porque en el imaginario urbano de la gran Lima, el cine *hindú* (como se lo llama hoy en buena parte de América Latina) es hasta hoy recordado como un fenómeno que atraía a grandes masas para ver películas que eran el paroxismo de la tragedia. Bruno Pinasco, moderador de *Cinescape*, el programa de cine con mayor audiencia en la señal abierta de televisión, se refirió a esos tiempos en un reportaje emitido en 2011; en él recuerda títulos de películas indias tan tremendos en los ribetes trágicos que anuncian, que terminan generando risotadas en el público joven y adolescente que lo acompaña¹².

Esta mirada irónica y mordaz al pasado de las salas de cine indio en Perú también está presente en el relato de un bloguero, que describe con nostalgia, muy buen humor y mejor estilo:

11. Claudia Toro: «Históricos cines tomados por nuevas iglesias» en *La República*, 24/4/2011, <www.larepublica.pe/24-04-2011/historicos-cines-tomados-por-nuevas-iglesias>, fecha de consulta: 31/7/2012.

12. Reportaje en *Cinescape*, con Bruno Pinasco (2011), emitido el 5/11/2011, disponible en <www.youtube.com/watch?v=stw8Vtrh7jg&feature=related>.

En mi Lima querida existían dos cines muy especiales: el «Metropolitan» y el «City Hall». Especiales porque solo rodaban películas de «Bollywood», la industria cinematográfica de la India. Familias completas esperaban casi días enteros en la boletería del cine para comprar las entradas de aquellas célebres películas que tenían por características únicas el drama y la tragedia de la vida. Cada película era más triste que la anterior. Eran tardes en las que uno iba sólo a llorar. Antes de empezar la película, anunciaban las futuras películas de estreno. Prácticamente decían: «Venga a llorar con toda la familia», «No se pierda esta película que le terminará quebrando el corazón» (...) Ir a ver una película de Bollywood con un solo pañuelo era arriesgar las mangas de la camisa o de la chaqueta, porque durante dos horas había que estar limpiándose las lágrimas o secándose las cantidades industriales de mocos que emanaban de la nariz. Muchas familias iban ya equipadas con sábanas. (...) En los momentos trágicos de la película, yo volteaba a ver a la audiencia cuyas caras estaban iluminadas por la inmensa pantalla. Todos en lágrimas. Para evitar mi propio llanto les gritaba «No lloren, carajo».¹³

Otros no añoran la desaparición de las salas de cine indio, lamentan en verdad una Lima que ya no existe, una Lima que se fue con sus cines de barrio. Es otro tipo de argumentación, en la que el tema es más bien la identidad y la memoria perdida de una gran ciudad¹⁴. Pero si las salas que proyectaban cine indio desaparecieron, no ocurrió lo mismo con el cine y otras expresiones culturales del mismo origen, que más bien parecen haber incrementado su influencia.

■ La primera ola llora en la butaca

Es difícil reconstruir la llegada a Perú de las películas indias o explicar su éxito. Puede que los mecanismos de este cine funcionaran especialmente bien con un público de los barrios populares de la nueva gran Lima, una población que vivía en los distritos tradicionales de la clase obrera o que llegó para asentarse precariamente en los distritos donde ahora se concentran los nuevos limeños. Quizá no encontraban otra opción dada la ausencia de una producción teatral o cinematográfica local, o buscaban alternativas a la muy presente oferta cinematográfica mexicana, que por lo menos entre los años 50 y 60 era igual de lacrimógena y romántica pero también cada vez más violenta. Era entonces un consumo sobre todo pasivo, aunque de seguro las expresiones de empatía con las tragedias y desventuras de los personajes deben haber llevado también a comentarios apasionados e intervenciones conmovedoras en el público asistente.

13. Iván Ballón Carranza: «Tardes de cine en Lima» en *Japón Latino*, 30/1/2011, <<http://japonlatino.blogspot.com.ar/2011/01/tardes-de-cine-en-lima.html>>, fecha de consulta: 31/7/2012.

14. Un comentario en un foro sobre la ciudad se lamenta: «Qué le están haciendo al ex-cine City Hall (depresión)» en <www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1047629>, 18/1/2010, fecha de consulta: 31/7/2012.

Hoy en día, ese efecto del cine indio se reproduce en casi todo el mundo: por ejemplo, en todo el Sudeste asiático, donde en Indonesia llega tan lejos como para considerarlo un factor que «corroe» moralmente a la población; o en Gran Bretaña, donde muchos han adoptado hábitos del mundo cultural de la India. Los argumentos que dividen el cine arte del cine popular ya no tienen por eso el *grip* de antes. El éxito de películas como *Bend It Like Beckham* (Gurinder Chadha, 2002) o *Slumdog Millionaire* (Danny Boyle, 2008) es una muestra de que la mirada al cine de Bollywood desde Occidente también ha cambiado.

El éxito de películas como *Bend It Like Beckham* o *Slumdog Millionaire* es una muestra de que la mirada al cine de Bollywood desde Occidente también ha cambiado ■

Es en este punto donde surge una pregunta clave de este periplo. Si el cine popular indio sigue siendo tan ingenuo y tan fofo en su trama o en sus efectos especiales como le reclaman, ¿por qué provoca tantas emociones incluso en personas que no son devotas de este tipo de entretenimiento? Una mirada podría dirigir la pregunta hacia las actuales teorías de la comunicación. Pero para este caso propongo el camino contrario, es decir, remontarnos hacia el pasado y adentrarnos en teorías antiguas a ver qué resulta de una pesquisa de estas características.

Si damos entonces una mirada superficial a los principios con los que los antiguos indios definen su teatro, encontramos ciertos elementos que nos hacen preguntarnos si de verdad el vínculo entre el pasado cultural de la India y sus creaciones contemporáneas está tan fracturado como a veces se pretende. Y aunque es casi obvio que los principios del teatro clásico de la India no son fácilmente transferibles a la actualidad, una primera lectura permite especular con algunas relaciones.

En un texto introductorio a la teoría del teatro clásico indio del indólogo peruano José León Herrera, de 1970, encontramos los términos *sthâyibhâva* y *Bhâva*, que bien usados llevan al establecimiento del *Rasa* (traducido por el autor como «sentimiento estético»)¹⁵. Resumiendo de manera muy acelerada, en tratados en sánscrito antiguo como el *Nâtyâshastra* se propone que todo ser humano cuenta con ocho estados anímicos *duraderos* organizados en un

15. J.L. Herrera: «El teatro clásico de la India I» [1970] en *Separata de Humanidades* N° 4, PUCP, 1977.

orden determinado: a) la pasión amorosa, b) la alegría expresada como risa, c) la ira, d) el miedo, e) el valor o la firmeza de ánimo, f) el pesar, g) el disgusto y h) la admiración o el asombro. Más tarde se añadiría la tranquilidad de espíritu. Estas manifestaciones emotivas a su vez se manifiestan en ocho sensaciones y se añaden otros 33 estados de ánimo transitorios, entre ellos algunos muy conocidos en la actualidad como la apatía y la depresión, pero también la rememoración, y otros sumamente clásicos como los celos, la vergüenza, el deseo vehemente, pero también la ecuanimidad.

Lo que hace aún más interesante esta manera tan racional de abordar los sentimientos del público asistente es que en esta fórmula se necesita tanto del actor, que tiene que expresar adecuadamente esos estados emotivos, como del público, que debe recoger la actuación ofrecida y evocar lo propuesto por el actor. Así, el *Rasa*, como un mecanismo de creación artística, podría traducirse como

el sentimiento o goce estético que domina y caracteriza una obra dramática. No es ni la obra misma, ni su argumento, ni el motivo, ni las situaciones particulares por las que atraviesan los personajes, ni aun el estilo. No es tampoco algo que se transmite al espectador y que este acoja pasivamente. El *Rasa* está virtualmente contenido en todo drama auténtico, pero solo se da efectivamente cuando alguien, dotado de los medios adecuados, es capaz de comunicarlo al espectador capaz de apreciarlo. (...) El *Rasa* es, pues, la resultante de una serie de factores: el autor proporciona la materia, por así decirlo; el actor aporta los recursos propios de su profesión; y el espectador, finalmente, hace posible su plena realización al comprenderlo y apreciarlo debidamente.¹⁶

Lo interesante es que el *Nāṭyāśhastra* establece un *Rasa* para cada uno de los ocho estados anímicos (*sthāyibhāva*) mencionados y propone en consecuencia los ocho *Rasas* del teatro clásico indio que son: a) lo erótico; b) lo cómico; c) lo patético; d) lo airado; e) lo heroico; f) lo terrorífico; g) lo desagradable y h) lo maravilloso. Y al revisar estas teorías y recordar tanto la actuación de los actores indios como las sensaciones y emociones que me provocaron, a veces contra mi voluntad, las películas indias que vi, me pregunto si es que este cine popular no aplica los mismos mecanismos que definían los antiguos indios para que su teatro funcione como ellos deseaban.

■ La segunda ola baila

Si la primera ola del cine indio, la de las salas lacrimosas y rebosantes, ha terminado, en la segunda ola, que parece haber adquirido más visibilidad en

16. J.L. Herrera: ob. cit., pp. 174-175.

los últimos cinco años, las cosas han cambiado. Los fanáticos del cine indio, el público melodramático que describe Ravi Vasudevan¹⁷, han pasado de ser espectadores a ser *bricoleurs*, a ser ellos mismos *Kulturschaffende* que toman lo que les place y porque les place, para insertarlo en su propia producción cultural. Toman acción y quieren vincularse internacionalmente, por ejemplo colgando en YouTube los reportajes de la televisión peruana sobre el fenómeno, incluyendo el subtítulo al inglés hecho a pulso¹⁸.

Los seguidores se organizan con suma eficacia a través de Facebook y logran de esa manera llevar sus actividades a plazas pertenecientes al mundo formal de la cultura, como por ejemplo el Teatro Peruano Japonés, una de las salas más grandes y conocidas de la ciudad, o ensayar de manera rutinaria en las instalaciones de la Asociación de Artistas Aficionados (AAA), una de las instituciones más reconocidas en la escena cultural limeña. Queda en entredicho entonces qué es lo que significa periferia para ellos.

Las antropólogas vienesas Elke Mader y Petra Hirzer encontraron en sus estudios sobre la cultura de *fans* (*Fankultur*) de Bollywood en Perú más de 80 grupos muy bien interconectados, con fuerte presencia en regiones como Arequipa e irradiaciones a Bolivia y Colombia¹⁹. Es una fase de un Bollywood en Perú que además de mirar y escuchar se ha decidido por bailar y cantar, imitar y reinventar. Pero ¿quiénes son estos *fans*? ¿Basta esta categoría para entender lo que los mueve?

Lo que al inicio parece una típica subcultura homogénea y consolidada, se diversifica enormemente cuando uno se adentra en las redes sociales. La edad

Los seguidores se organizan con suma eficacia a través de Facebook y logran de esa manera llevar sus actividades a plazas pertenecientes al mundo formal de la cultura, como por ejemplo el Teatro Peruano Japonés ■

17. *The Melodramatic Public: Film Form and Spectatorship in Indian Cinema*, Palgrave Macmillan, Delhi, 2011.

18. Alonso Gamarra: «Bollywood en el Perú», reportaje emitido en el programa *Enemigos públicos*, moderado por Aldo Miyashiro y Beto Ortiz, Panamericana Televisión, Lima, 2009, disponible en <www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=IwySBjSBTzM>, fecha de consulta: 16/7/2012.

19. E. Mader y P. Hirzer: «Peruanisches Masala: Hybridizierungsprozesses in der lateinamerikanischen Bollywood-Fankultur» en Eva Gugenberger y Kathrin Saringen (eds.): *Hybridität - Transkulturalität - Kreolisierung - Innovation und Wandel in Kultur, Sprache und Literatur Lateinamerikas*, Lit, Viena, 2011.



Ensayos de danzas indias en la Asociación de Artistas Aficionados, Lima.

promedio varía entre los 18 y 28 años, que en este caso resulta una diferencia generacional; son tanto mujeres como hombres (aunque habría que precisar mejor la proporción). Las razones por las que llegaron a bailar y a vestirse como los astros del cine popular indio más famosos son muy diversas.

Algunos lo hacen porque sus padres o abuelos (los espectadores de la primera fase) los introdujeron en el cine indio. Otros se sintieron identificados con la fisonomía de las actrices y los actores indios que, dicen, es similar a la de ellos mismos. Este argumento sobre la conexión entre características físicas y pertenencia étnica aparece

una y otra vez, también en las conversaciones con intelectuales ligados al cine. Otros tienen además un vínculo de tipo religioso, en forma de un *background* hinduista, budista o de otros movimientos religiosos con un origen ligado al tan diverso marco cultural del subcontinente indio. Todos, empero, se extasían con la frescura, alegría y libertad que sienten cuando reconstruyen las exactas coreografías de los musicales indios. Algunos son verdaderos expertos en todos los ámbitos de la India y se han convertido en una especie de indólogos no académicos. Otros se sienten maravillados con la simpleza de los valores presentados en pantalla; para ellos, el endiosamiento de la madre y el padre, la apoteosis de la nación o la glorificación del amor son exaltaciones con las que se pueden identificar con claridad. Algunos admiran la comodidad de la vestimenta y las costumbres de vida en el subcontinente indio, y mientras que una joven me cuenta que ya tiene amigos en esa parte del mundo, su compañera me explica lo difícil que le resultaría vivir en una cultura tan conservadora y violenta hacia la mujer como la que sobrevive todavía con fuerza en gran parte de la India. Muchos, finalmente, son despreocupadamente selectivos y se interesan solo por la propuesta estética musical y su coreografía (*Song & Dance*).

Algunos de los jóvenes que entrevisté quieren ser citados con sus nombres reales, otros, con sus apodosos artísticos. Pero en todo caso, personajes como Rubendanaç, Shanti, Hutch, Soniya, Jorge o Rita son ejemplos vivos de una

gran capacidad para buscar y crear su propia *bollywoodización* por parte de estos grupos juveniles peruanos. En ocasiones, puede funcionar la tesis de que sus actividades se inspiran en una reacción frente al excesivo bombardeo del cine de Hollywood, con sus efectos especiales, escenas de acción y sexualidad explícita²⁰. Pero el éxito de este Bollywood en Perú se replica en muchos sitios y demuestra que, como material cultural, hace tiempo que este cine ha abandonado el subcontinente indio para insertarse en los imaginarios contemporáneos y globales de la cultura popular, hoy que la hibridización y la constante mezcla de componentes culturales provenientes de diversos contextos son parte de nuestra vida cotidiana²¹.

■ Tan cerca y tan lejos

Queda claro, entonces, que los seguidores de la segunda fase no están tan lejos de las estrellas de cine que ellos admiran. De hecho, muchas de las distancias no son geográficas sino socioculturales. Por ejemplo, la distancia que sentía que me separaba de ellos la percibí como mucho más grande que la distancia que viví cuando estuve conversando con una pareja de la India, él ligado a la industria del cine popular y ella al mundo intelectual.

En efecto, me costó aproximarme a esas tribus de Facebook y del *Song & Dance*, y dudo de haber podido romper todo el hielo que nos separaba. Tampoco pude dilucidar con claridad dónde se ubicaba este congelamiento, si eran ellos o si era más bien yo mismo quien ponía barreras. En ese sentido, aunque compartimos la misma nacionalidad, la misma ciudad y el mismo lenguaje, nos separan muros culturales, apuntalados por las variables sociales de siempre, vinculadas a nuestra formación, nuestros lugares de residencia, nuestros gustos y nuestros modos de vida. En cierta medida, fue un desencuentro de culturas, un «choque de civilizaciones», pero en la vida cotidiana, en este caso ya sin el campo de batalla del cual habla Samuel Huntington, sino más bien en un campo de juego.

El autodistanciamiento intelectualizado de las elites culturales, que los alemanes llaman *Bildungsbürgertum*, haciendo referencia a aquellas clases con alto nivel de instrucción y acceso a lo que se conoce como alta cultura (*Hochkultur*),

20. «Las películas de Bollywood han ganado una gran popularidad y plantean un gran desafío para las películas de Hollywood, que con su excesivo énfasis en la violencia, el sexo y la vulgaridad, se están alejando del público masivo en muchos países de Asia». Manik Mehta: «Malaysia and the Bollywood Factor» en *New Straits Times*, 1/1/2004.

21. E. Mader y P. Hirzer: ob. cit.

contrasta con la frescura y normalidad (*Selbstverständnis*) con que nos apropiamos de elementos culturales foráneos y propios más diversos. Es un lenguaje quizá fuera de lugar, pero cómo explicar si no esa separación que se percibe entre los que escriben sobre cultura y los que la viven. Para este público, parece tratarse de una añoranza por un mundo de emociones que no está tan lejano a



Afiche de la primera obra teatral *hindú* hecha en Perú.

El desencuentro se repite incluso en la India misma. Retomando nuevamente el diálogo con la pareja india antes mencionada, lo pude experimentar personalmente: mientras que él insistía en que lo correcto era decir «cine popular de la India», porque creía firmemente que existe una clara relación entre la industria de la cual él vive y los grandes principios del teatro clásico indio, su mujer nos miraba fijamente y con una expresión extraña. Cuando mi interlocutor se retiró un momento para conseguir un vaso más de whisky, ella aprovechó para tomar la palabra y decirme con toda severidad que, para ella y todos los que ella conocía en la India, el cine indio era popular y nada más, que era un fenómeno de nuestros tiempos y que era más que claro que no podía existir ninguna vinculación con la grandiosa complejidad del teatro clásico de la India. Apenas terminó su diatriba contra Bollywood, regresó su marido, que llegó a escuchar una parte, ambos se miraron y se echaron a reír...

Entonces, ¿cómo decir algo sobre Bollywood desde un Perú donde el entendimiento sobre él no ha mejorado gran cosa? Los límites coinciden con la frustración por la dificultad que surge cuando se desea el diálogo con el *otro* en el mismo entorno cultural. Cuesta comprender aún los diversos *clusters* socioculturales de nuestro país y entender qué pasa en las mentes del 50% de la población peruana que es menor de 25 años.

■ Tan lejos y tan cerca

Pero Bollywood no está tan lejos como parece. Al ofrecernos en *delivery* las emociones humanas, puede estar a la vez tan próximo a sus contextos socioculturales como a las necesidades de espectadores a miles de kilómetros de distancia que lo encuentran suficientemente familiar. En ese sentido, Bollywood nos dice menos sobre la India y mucho más sobre nosotros mismos.

No es cierto entonces que todo es copia de la industria cultural estadounidense y que todo termine explicándose por la metáfora de la *mcdonaldización*. Así como la India propone un goce diferente del que propone Hollywood, así también lo aporta por ejemplo Japón con elementos muy específicos de su cultura contemporánea. Y en el caso del cine popular indio, las películas tienen una fórmula estricta, lo que las hace fácilmente legibles en todo el mundo. No hay que dominar ningún lenguaje o cultura cinematográfica, basta con ir al cine o conseguir el DVD. Es un fenómeno que se puede ver solo, pero también con otros. Mientras que el cine de autor, sea este estadounidense, europeo o latinoamericano, es muchas veces una cuestión de introspección a partir de lo propuesto por el director, y mientras que el cine de acción es entretenimiento pasivo en su máxima expresión, la propuesta de los musicales indios se presta para ser compartida, bailada, cantada y transferida en las redes sociales. En ese sentido, el de una participación e involucramiento activos, puede que tenga una relación con otro mundo muy diferente: el de los videojuegos.

En conclusión, el lenguaje estético del cine indio popular, y especialmente sus canciones y coreografías, parece empatar con cierto gusto presente en la población peruana. Pareciera que la simpatía por el barroco, la profusión de elementos, es algo que se valora allá y acá. En ese sentido, más que una identificación con algunos elementos de la cultura india, lo que se produce es un mecanismo de acercamiento emocional y apropiación selectiva. Es entonces un fenómeno fantástico que uno pueda ser *fan* y admirador de productos culturales de otras regiones del mundo con tanta facilidad, y que hoy haya tanta diversidad y acceso.

Y lo que hace también fascinante e importante esta nueva fase de un Bollywood en Perú es que sus practicantes aplican lo que Edward W. Said propone a los intelectuales en su tercer prólogo para su ya clásico *Orientalismo*, publicado por primera vez en el año 1978 y que ha terminado por ser una especie de testamento: que el contacto con el *otro* es un asunto más del corazón que de otra cosa. Que sigue siendo básicamente un asunto de humanismo

aplicado. Y que lo único que necesitamos es tener hospitalidad, más que empatía. No se trata tanto de ponernos en el lugar del otro, cosa casi siempre imposible, debido al gobierno de nuestra propia subjetividad. Se trata de crear un espacio en la propia mente, espacio que le damos al otro²². Cómo hacerlo es algo que nos muestran Rubendanac, Shanti, Hutch, Soniya, Rita y Jorge y muchos más de manera tan sencilla como fresca. La respuesta puede que sea mucho más simple de lo que queramos leer. Como exclama Marcelo Rivera, actor peruano: «Quizá lo único que quieran sea bailar». ☒

22. E.W. Said: *Orientalism*, Penguin, Londres, 2003. [Hay varias ediciones en español].