

## INTERNACIONAL

## Una industria de alto crecimiento

A principios de los años noventa las exportaciones sumaban unos 125.000 dólares al año. En el 2005 India exportó películas por valor de 15 millones de dólares, con un crecimiento del 40% respecto del año anterior. Y en el 2006 ya superó los 25 millones.

Es decir, en sólo quince años ¡se han multiplicado por 200! Y, algo que tener en cuenta, los beneficios obtenidos en las exhibiciones de ultramar están libres de impuestos ya que las exportaciones en cine y televisión gozan de exención tributaria en India.

## INDUSTRIA DEL OCIO

## Bollywood, una máquina exportadora

Es un mundo del espectáculo que ofrece ilusiones, emplea millones de personas y crea riqueza

Ana M.<sup>a</sup> Briongos

Sentadas a la barra de un bar de moda después de asistir al espectáculo que se representa estos días sobre Bollywood, Shobha Dé me dice "Bollywood no existe, no es como Hollywood que tiene unas coordenadas geográficas, Bollywood es un estado de ánimo". La verdad es que en un teatro de Barcelona lleno a rebosar un martes por la noche acababa de ver cómo el estado de ánimo les subía a cien, no sólo a Shobha y a su hija veinteañera que gritaban, silbaban, daban palmas y cantaban las canciones que se sabían de memoria porque son famosísimas en India, cuyas coreografías trepidantes se desarrollaban en el escenario, sino a la mayoría de los espectadores autóctonos, público variado de todas las edades, que sin saberse las canciones ni probablemente haberlas oído nunca, terminaban participando en el bullicio encantados de la vida. Estas canciones se popularizan en su país porque aparecen en películas de éxito y son parte esencial en ellas.

Shobha Dé vive en Bombay, empezó siendo una bellísima modelo pero desde muy joven cambió esta profesión por la de periodista y escritora y se especializó en el cotilleo sin piedad del *star system* de Bollywood. Con su columna Nita's Natter consiguió a principios de los 70 que Stardust, publicada en Bombay, fuera la revista de cine más leída en India y la que más ejemplares vendía del mundo en su especialidad.

Esto convirtió a Shobha en una persona temida, odiada y a la vez admirada. Su presencia en Barcelona se debe al lanzamiento en España de *Noches de Bollywood*, un libro que publicó hace quince años en India donde hace una descripción con mucho sexo del mundo cruel que se mueve alrededor de la industria cinematográfica de Bollywood y que se vendió como rosquillas en un país de costumbres conservadoras que a pesar de haber sido en la antigüedad la tierra del Kama Sutra, se ha resistido a la revolución sexual que tuvo lugar otros países en los años sesenta.

En las películas de Bollywood no hay besos y una escena de sexo se ventila con un fundido de cámara cuando la pareja se acerca, pasando a la si-



La actriz india Koeina Mitra en una actuación en Bombay

**Sus fans en el exterior no son ya solamente los indios y los pakistaníes de la diáspora**

**Bollywood emplea a 6 millones de personas y el artista indio Sharukh Khan tiene mil millones de fans**

**La nueva clase media india, 400 millones de personas, va a los multicines, que se han puesto de moda**

**En India se ruedan mil películas al año (el doble que Hollywood) y hay 14 millones de espectadores por día**



La escritora india Shobha Dé, autora del libro *Noches de Bollywood*

EFE

guiente imagen que puede ser la de una abeja polinizando una flor o unos setos que se mueven violentamente. El objetivo de estas películas, me dice Shobha, es entretener y divertir y conseguir que los espectadores se olviden por unas horas de sus problemas.

Bollywood produce casi mil películas al año. Pero la fórmula Bollywood con sus fantásticas historias de amor, escenarios de ensueño, vestuarios espectaculares, cochazos, casas-palacio, músicas, bailes y famosísimas estrellas, no sólo vende en su país sino que ex-

porta al resto del mundo y sus fans en el exterior no son ya solamente los indios y los pakistaníes de la diáspora. El famoso y veterano actor Amitabh Bahchan lo expresa de esta manera, "cuando un país progresa, a la gente le gusta lo que en él se produce".

Al hablar de cine indio uno queda fascinado por las cifras: mil películas al año (el doble que Hollywood), 14 millones de espectadores por día en India, un país con mil millones de habitantes. Pricewaterhouse Coopers estima que en 2009 se venderán 4

mil millones de entradas y se generarán unos ingresos de 20.000 millones de dólares. Bollywood emplea a 6 millones de personas y el artista indio Sharukh Khan tiene mil millones de fans en el mundo, igual que Tom Cruise.

En los últimos años algunos países como Korea, Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Canadá, se han acercado a la industria de Bollywood para ofrecer sus escenarios naturales además de unas condiciones económicas muy favorables y una burocracia menos farragosa que la india, con la intención de atraer al cada vez más importante turismo indio. Suiza ha sido otro de estos países y sus Alpes cubiertos de nieve se han convertido en una alternativa a las montañas de Cachemira donde hay un grave conflicto político.

Según Shobha, forman la elite de poderosos de Bollywood unas cuantas familias que se pueden contar con los dedos de las manos. Son sagas de actores, directores y productores que ya llevan dos, tres o cuatro generaciones en el negocio y que poseen importantes estudios de producción con los últimos adelantos de la

técnica. Cuando uno de estos estudios decide filmar una superproducción, los actores y actrices están dispuestos a actuar gratis porque saben que la película será un éxito y que se harán famosos. En el futuro quedarán ligados a quién les ha ofrecido ese papel y le deberán pagar altas comisiones cuando consigan papeles bien remunerados. La vida es dura detrás de las bambalinas en el brillante mundo de Bollywood.

En Bombay y conviviendo con la sociedad opulenta, están los más pobres hacinados en barrios miserables que, por cierto, también van al cine cuando pueden. Pero ellos van a las grandes salas destartadas. La nueva clase media india, 400 millones, van a los multicines, que se han puesto de moda últimamente, donde las entradas valen tres veces más y la comida, todo el mundo come en el cine, es mucho más cara y, además, tienen la oportunidad de comprarse un bolso o unas deportivas de marca en el centro comercial donde están ubicados los cines.

Shobha concluye: Bollywood ofrece ilusiones, emplea a millones de personas y crea riqueza.