

**CINES QUE TRANSITAN O TRÁNSITOS DES-SITUADOS:
“LA BODA DEL MONZÓN”, M. NAIR (2001)**

Mar Binimelis

marbinimelis@yahoo.es

Wara Saavedra

wara_julieta@yahoo.com

Doctorado de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UAB)

Quisiéramos problematizar la cuestión de la identidad cultural del cine europeo a partir del complejo entramado de interrelaciones que se establece entre los cines periféricos, Europa y el cine norteamericano de Hollywood.

Por un lado, los cines desde la periferia (Bollywood en nuestro estudio de caso) o bien disputan desde su situación de dependencia de las industrias norteamericana o europea, o bien, son terrenos disputados en cuanto a mercados potenciales o generadores de temas nuevos con que nutrir los mercados. Los otros dos ángulos determinantes es estas relaciones transnacionales son Hollywood y una Europa que trata de consolidarse alimentando una imagen “culta” que oponer a la “vacuidad” invasiva de las grandes producciones norteamericanas.

Nuestra argumentación surge a partir de “*La boda del Monzón*” (“*Monsoon wedding*”2001) de la realizadora Mira Nair, coproducción entre dos países europeos, Italia y Francia, junto a EE.UU. e India. Se trata de una coproducción entre tres continentes que muestra las diferentes fórmulas con las que cada parte se posiciona en relación con las otras.

1- Entre India y EEUU

Mira Nair, directora de origen hindú, nace en Delhi y recibe formación académica en Harvard. Actualmente reside principalmente entre su país de origen y EEUU. Su filmografía está compuesta por varios documentales y nueve largometrajes y refleja las influencias de las cinematografías de los lugares en los que se inscribe su propia

trayectoria vital¹. La conceptualización de su cine es esencialmente de factura “internacional”, utiliza códigos estandarizados y susceptibles de ser interpretados por espectadores de cualquier país. Fusiona las formas del cine hegemónico recuperando especificidades de los cines periféricos y, particularmente de Bollywood². El que es su cuarto largometraje, “*La boda del Monzón*”, ha recibido numerosos premios³ y se ha exhibido en numerosos festivales internacionales⁴. La crítica destaca la obtención de un León de Oro en el Festival de Cine de Venecia 2001.

“*La boda del Monzón*” narra los días previos a la celebración de una boda concertada en el seno de una familia hindú acomodada. En el marco de los preparativos nupciales se entrecruzan toda una serie de historias en relación al amor y a las estructuras familiares⁵. La película presenta una narración clásica acorde con el modo de construcción institucional Hollywodiense: las historias de amor se sitúan en el centro de la trama, la fotografía y el ritmo de la acción son ágiles, el tratamiento de los personajes responde a tipologías muy estandarizadas....

A esto se le suma la explotación del elemento exótico que aporta Bollywood. Hay toda una exhibición colorista y rítmica de ropas, personajes, ritos, tradiciones.... La película toma del cine hindú principalmente el uso protagonista del color, de la música y el baile. Mira Nair, muy consciente de sus capacidades para manipular materiales e iconografía, hace un uso de estos elementos que apela a las percepciones sensitivas de los espectadores.

¹ Realizó documentales sobre la situación de los niños y las mujeres en India hasta que dirigió “**Salaam Bombay**” el año 1988. A este trabajo le siguieron “**Mississippi Massala**” (1990), “**Cuando salí de Cuba**” (“The Pérez family”, 1995), “**Kamasutra, una historia de amor**” (1995), “**Mi propia lucha**” (1998), “**La boda del Monzón**” (2001), “**11’09’01 Once de septiembre**” (2002), “**Ciegos de amor**” (2002), “**La feria de las vanidades**”(2004).

² Pero no siempre de Bollywood, en “**La familia Pérez**” (1995) hace una incursión en las formas narrativas del melodrama latinoamericano y cuenta la historia de una familia cubana que emigra a EEUU.

³ **Premios BAFTA 2002** - Nominación Mejor Película de Lengua no Inglesa, **Festival Internacional de Cine de Canberra 2001** - Premio del Público *ex-aequo* con *Amelia*, **Premios de Europa 2001** - Nominación Premio Cinco Continentes (India), **Globos de Oro 2002** - Nominación Mejor Película de Lengua Extranjera (India), **Festival Internacional de Cine de Toronto 2001** - 3ª plaza Premio del Público, **Festival Internacional de Cine de Venecia 2001** - León de Oro - Gran Premio Linterna Mágica, **Premios de Cine Zee 2002** - Premio Popular, Premio Especial por el Cine Internacional - Nominación Premio Popular, Mejor Comedia.

⁴ -Festival Internacional de Cine de Canberra 2001, - Festival Internacional de Cine de Toronto 2001, - Festival Internacional de Cine de Venecia 2001, - Festival de Cine de Reykjavik 2001, - Festival de Cine de Gotheburg 2002, - Festival de Cine de Moscú 2002, - Festival de Cine de Karlovy Vary 2002.

⁵ Sus películas versan siempre sobre los temas mencionados, la familia, el amor y las relaciones interculturales.

“*La boda del Monzón*” fue pensada y producida para que fuera consumida en el ámbito internacional. Los hechos que narra la película tienen lugar en la India “occidental” de los punjabi (una etnia dominante), en el seno de una familia en buena situación económica. En las entrevistas la realizadora señala que quería mostrar la realidad de una familia como la suya que al público europeo y norteamericano le parecería “diferente” pero cercana. Otra cuestión a la que suele referirse es que su trabajo está inspirado por sus propias vivencias interculturales. De esta forma, a ese reconocerse por parte de públicos internacionales, añade el elemento multicultural, el valor de la diferencia “alegre” de lo particular. De ningún modo la directora profundiza, -ni es su pretensión-, en los enfrentamientos culturales que pueden hallarse tras la superficie, tras las telas de colores y las canciones de fiesta. Tampoco lo hace en las abismales desigualdades sociales del país. Esa India es otra historia y, dicho sea de paso, una historia más difícil de asumir por el mercado.

Quizás el tema central de la película sean las convivencias entre la tradición y la modernidad⁶. En primer lugar, la pregunta por la identidad nacional en la era de la globalización planea constantemente en todo el trabajo. “*La boda del Monzón*” comienza en el plató de televisión donde trabaja Aditi (la novia). Esta televisión se llama curiosamente “Delhi.com” y se está gravando en ese momento un debate televisivo que parece versar sobre la cuestión de la identidad nacional reproduciendo el formato CNN. La argumentación de uno de los participantes, basada en la primera enmienda de la constitución norteamericana, propicia la reflexión sobre los modos de verse, representarse y sentirse hindú. Por otra parte la escena coloca la cuestión de los medios de comunicación, espacios públicos globales, que aunque tienen los mismos formatos a lo largo y ancho del mundo se reeditúan adaptándose a las particularidades de las culturas locales⁷.

En segundo lugar, la inmigración, las relaciones transculturales y las referencias a lo “extranjero” son constantes. Algunos de los invitados a la boda llegan de otros países donde están estudiando o trabajando. El humor es la clave con que se trata el tema y a

⁶ Entendemos la relación tradición modernidad como dos modos de entender y aprehender el mundo desde lógicas que corresponden a comunidades de sentido distintas.

⁷ García Canclini, N: 1999: 160-163.

través del que se evidencian, por referencia (pero sin ahondar más en el asunto), carencias del país.

Cuando a causa de diferencias culturales puede existir algún tipo de confusión la directora pone atención en que resulte comprensible para todos los espectadores. Por ejemplo, en el diálogo se juega con la diferencia de códigos cuando los trabajadores contratados para organizar la boda colocan una carpa al estilo “extranjero”: el blanco es el color de las bodas occidentales y del luto para los hindúes. Se negocia hasta donde se quieren incorporar elementos de la modernidad “occidental” cuando entran en confrontación con la tradición hindú.

En esta misma línea de *negociación* la cuestión de género se introduce a través de diversos temas. Para empezar, los personajes femeninos de la película, ejercen su capacidad de agencia dentro de los límites que su contexto social y cultural particular les permite. De esta forma, Aditi acepta ser casada en una boda concertada según la tradición, al tiempo que mantiene una relación con un hombre casado con la relativa libertad que su vivencia “occidental” le permite. Por otra parte, es en función de las mujeres que se desarrolla la acción, sin embargo el desencadenante de los acontecimientos lo aportan los personajes masculinos. La película refuerza la descripción de ellas en cuanto a colectivo. Los personajes masculinos, que son mucho menos numerosos, están contruidos con mayor peso individual y a ellos se les reservan los roles clásicos de héroe y antihéroe⁸. La visión de la directora, más allá de reivindicar la situación de las mujeres punjabi, se limita a reproducir su condición tanto desde la cultura occidental-global como desde su cultura local.

Las críticas a la película resaltan el origen, género y trayectoria vital de la directora. Inciden en el hecho de que pertenezca a una minoría cultural (hindú) y a una minoría social (mujer). Paradójicamente, en una lógica engañosa, una vez que alguien ha conseguido legitimar su trabajo ante el mercado, se produce una exaltación de la diferencia que convierte el hecho de pertenecer a una minoría en un valor a resaltar por

⁸ En la figura del héroe está el padre que toma partido por su sobrina agredida sexualmente de pequeña por el benefactor de su familia. El agresor se constituye antihéroe. Durante el desarrollo de la trama se revela el conflicto y se reproduce en otra niña.

las lógicas industriales. De esta forma, la cuestión permanece en la epidermis transformando la diferencia en un valor que suma en el mercado.

Las relaciones entre India y EEUU son de doble sentido. Por un lado Bollywood es consumido por más 3.600 millones de espectadores, lo que supone un mercado bastante amplio e interesante para la industria de Hollywood. Por otra parte, esta industria hindú produce más de 600 largometrajes anuales en 14 idiomas. A pesar de esta gran capacidad de producción no tiene igual posibilidad de distribución y el consumo, en términos generales, se produce sólo en un reducido número de países. Las producciones del país asiático sólo de forma muy limitada cruzan sus fronteras hacía el exterior (aunque llegan a círculos minoritarios principalmente a través de festivales especializados). Si la industria cinematográfica india, quiere lanzar sus productos a nivel internacional en los circuitos abiertos por los cines hegemónicos, ha de negociar su participación desde su dependencia. Por supuesto, en este punto hay que preguntarse por todo cuanto queda marginado de los ámbitos de difusión y exhibición al alcance del gran público.

2- Entre Europa e India

En una Europa históricamente fragmentada, sumida en procesos de hibridaciones culturales y étnicas constantes, se han construido unas cinematografías que a lo largo del tiempo se han definido a sí mismas como representantes lo “culto” frente a la a los discursos del cine de Hollywood dirigidos al entretenimiento. Esa construcción de una imagen contra-hegemónica de los cines europeos, levantada en buena medida entre el rechazo, el temor y la fascinación frente al *mainstream* norteamericano, frecuentemente reivindica para sí el hecho de ser un espacio receptor de cines periféricos. Se alientan a menudo alianzas con países con los que Europa ha tenido históricamente relaciones coloniales. Es el caso de Francia con los cines de gran parte del África⁹ así como de España con diversos países de Latinoamérica con los que trata de consolidar un mercado compartido a través de diversas iniciativas¹⁰. Se trata de tentativas de ampliar

⁹ El “Ministère de Coopération Français” (que durante mucho tiempo prácticamente tuvo el monopolio de la industria del cine en el continente africano) es el principal coproductor de cine africano y la relación posibilita tanto la producción como la distribución en Europa de las películas de las ex-colonias francesas en África.

¹⁰ Destaca el programa Ibermedia, pero también se refuerza la creación de un espacio cinematográfico compartido a través de otras iniciativas (como el impulso a festivales) o medidas legislativas de cooperación.

mercados al tiempo que de consolidar espacios fuertes de oposición a Hollywood en la misma escala de dimensión planetaria en la que EEUU establece su dominio de la industria.

La alteridad de confrontación del cine europeo es Hollywood, y para una parte de ese cine¹¹, desde la periferia se toman las otredades que reafirman, nutren y validan su imagen de cine multicultural, abierto, reflexivo y con contenido.

Volviendo a nuestra película, en *“La boda del Monzón”* el “otro” relacional con la que la directora enfrenta los elementos de la tradición hindú es EEUU. Los personajes hablan de EEUU sin matizaciones por reducción de todo occidente, como paradigma único de todo el llamado “primer mundo”, aunque, por poner un ejemplo, se estén refiriendo a alguien de la familia que acaba de llegar de Melbourne. A pesar de que la India haya sido colonia inglesa durante casi dos siglos, sólo hay una leve referencia a la cuestión (exenta de carga) valorativa en el diálogo en relación al nombre de origen británico de Alice, la criada de la familia. El imperialismo al que confrontan las tradiciones en la película proviene de EEUU, no de Europa, para ilustrarlo nos remitimos de nuevo al comienzo de la película, a esa referencia a primera enmienda de la Constitución estadounidense en un debate sobre la identidad nacional India.

“La boda del monzón” en cuanto a producción y producto hindú encuentra en Europa el reconocimiento en forma de grandes premios y presencia en los más prestigiosos festivales. La gran acogida por parte de los espectadores muestra la capacidad de adaptación de este tipo de cine transnacional a los grandes públicos no hindúes¹². Sus arraigos con India son los que legitiman este producto con la etiqueta de “cine alternativo” con la que hacen parte del mercado europeo. Sin embargo, otros productos de confección menos acorde con los modelos “estandarizados” para el consumo

¹¹ Sobra anotar la pluralidad y diversidad del cine europeo imposible de encorsetar en generalizaciones. De la misma forma, tampoco todo el cine que se hace en EEUU responde a los modelos hegemónicos.

¹² “200 films from Asian countries were distributed in the EU between 1996 and 2002. Almost a third of admissions reached by these films were recorded in France, followed by Germany and UK. Only 19 films out of these were from India. In the top 20 Asian films released in Europe in this period, *Monsoon Wedding* occupies the 8th position with 1.7m admissions. Crossover films like *Monsoon Wedding*, *Bend It Like Beckham* and *East is East* have each reached more than USD 20 million. There is a hidden potential of India-oriented content that can be marketed effectively to a non-Indian audience”: extracto de la Web del “Osian’s cine Fan Festival of Asian Cinema” organizada con el apoyo del “European Union MEDIA Programme” (“Osian’s cine Fan Festival of Asian Cinema”: 2004).

internacional, quedan relegados en Europa a círculos y Festivales especializados (cabe decirlo, cada día más numerosos). Por otra parte, a la industria de Bollywood le establece alianzas con Europa le sirve para ampliar las posibilidades de exportación de una amplia producción que históricamente ha tenido escasa salida fuera del continente asiático.

3- Entre Europa y EEUU

Frecuentemente, tratando de definir al cine europeo como contra-hegemónico y en oposición a Hollywood, se ha argumentado lo siguiente: mientras que EEUU se centra en sus intereses mercantiles, industriales y en consecuencia produce para el consumo de masas, Europa tiene para contraponerle unos cines de mayor profundidad y calidad, de un mayor refinamiento cultural. El argumento puede resultar una falsa consolación particularmente cuando analizamos producciones destinadas al gran público internacional, hechas para transitar por circuitos transnacionales. Es por las redes internacionales de comunicación y difusión, habilitadas por la expansión del capitalismo económico, por las que las producciones simbólicas, sean del talante que sean, se distribuyen.

El cine europeo utiliza como estrategia para afirmar su imagen la reivindicación para una parte importante de su cinematografía la etiqueta de “alternativa”, “independiente” o “minoritaria” (aún cuando llegue a millones de espectadores). A partir de ahí Europa construye y consolida una imagen para sus productos con la que pelearle el mercado a la industria norteamericana.

Respecto a las periferias en cuanto a creadoras, debido a los elevados costes de poner en circulación sus propias producciones necesitan y, si se puede decir así, se benefician, de alianzas tanto con Europa como con Hollywood, ya sea bajo la fórmula de coproducciones, acuerdos bilaterales de distribución o impulsando otras iniciativas conjuntas como únicas vías de participar en el mercado internacional.

Tanto Europa como EEUU aprovechan la condición de género y pertenencia étnica de la directora de *“La boda del Monzón”* tal y como prueba el hecho de que ambas cosas sean continuamente resaltadas tanto en las críticas de la película como por la misma Mira Nair. Sin embargo, la forma en que esto se hace desde Europa y desde EE.UU.

varía. La visión de Europa es más asistencialista, le da más peso al valor a la colectividad a la de una forma u otra se supone que representa la realizadora y al hecho de que a través de su mirada se visibilicen otras realidades. La visión de las críticas que llegan de EEUU explota la cuestión de pertenencia a minorías identitarias en un tono que sin duda se acerca más a las estrategias publicitarias y destacan el esfuerzo y logros individuales.

4- Brevísimas anotaciones finales.

Tanto la industria europea como la de Hollywood incorporan a determinados realizadores/as o contenidos de la periferia. Sin embargo, mientras que en EEUU se utilizan las diferencias directamente como estrategias publicitarias, Europa se apropia de estos cines minoritarios para fortalecer una determinada imagen, una etiqueta para establecerse en sus propios mercados.

Hay que pensar en las múltiples consecuencias de estas apropiaciones. Por otra parte, no se puede menospreciar el estrecho margen que los circuitos por los que transitan los cines transnacionales, ideológicamente atravesados por el capitalismo económico (de cuya expansión hacen parte) dejan para que transiten cines con nuevas propuestas que entrañan mayores dificultades a la hora de ser asumidas por el mercado. Sin embargo, producciones como *“La boda del Monzón”* al traducir a un lenguaje cinematográfico “importable” las especificidades culturales pueden ser la punta de lanza que abra caminos por los que alcancen a transitar otras cinematografías con planteamientos alternativos al hegemónico¹³. Estas cinematografías pueden acercar a los espectadores a las producciones de otras culturas despejándoles la entrada a otros trabajos más genuinos. Tomando prestadas para terminar unas palabras de Iain Chambers *“los márgenes pueden reafirmar el centro mientras que simultáneamente exceden su lógica”*¹⁴.

BIBLIOGRAFÍA CITADA:

-García Canclini, N. *La globalización imaginada* Cap: “Ganancias y pérdidas”.

¹³ Gurinder Chadha ha estrenado **“Bodas y prejuicios”** recientemente. La película también se centra explica una boda y también trata la cuestión de la fusión entre oriente y occidente. Sin embargo en este caso el tratamiento al estilo Bollywood es más acusado que en el trabajo de Mira Nair.

¹⁴ Chambers, I: 1995: 115.

Mexico, Ed. Paidós, 1999. PP 160-163.

- Chambers, I. *Migración, cultura, identidad*. Argentina, Ed. Amorrortu, 1995. P 115.

- *Osian's cine Fan Festival of Asian Cinema* [en línea]. Osian's Cinemaya, septiembre 2004. <<http://www.cinemaya.net/europe.asp>> [consulta: 2 abril 2005].

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.