



Departamento de Antropologia

O Cinema e a Televisão Sob o Signo da Identidade: Bollywood e as Fronteiras da  
Modernidade Indiana, na Cidade de Lisboa

Ricardo Oliveira Silva

Trabalho de projecto submetido como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Antropologia Especialidade em Imagem e Comunicação

Orientadora:  
Doutora Inês Lourenço, Investigadora CRIA-ISCTE/IUL  
Bolsista Pós-doutoramento FCT

Setembro, 2012

Departamento de Antropologia



Departamento de Antropologia

O Cinema e a Televisão Sob o Signo da Identidade: Bollywood e as Fronteiras da  
Modernidade Indiana, na Cidade de Lisboa

Ricardo Oliveira Silva

Trabalho de projecto submetido como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Antropologia Especialidade em Imagem e Comunicação

Orientadora:  
Doutora Inês Lourenço, Investigadora CRIA-ISCTE/IUL  
Bolsista Pós-doutoramento FCT

Setembro, 2012

Departamento de Antropologia

## Agradecimentos

Um dos pontos de partida para este trabalho foi a observação de como os filmes indianos e, concretamente, os filmes Bollywood estão presentes no quotidiano de alguns dos meus familiares e amigos.

Agradeço especialmente à família Khan, à Afshu, ao Falcão, à Ivone, à Patricia. Aos meus pais. À Shari, que me demonstra as múltiplas implicações da identidade indiana: o cinema também faz parte dela.

Agradeço também aos meus interlocutores e informantes: Bárbara Amaral, Mayush Kumar, sr. Champak Lal, Dhimante Cundanlal e Kanushi Desai. Sem eles, as imagens do cinema e da televisão de expressão Hindi não chegariam a este canto da Europa.

## RESUMO

Jigna Desai declara o cinema como a mais importante e popular forma e produto cultural, num contexto de economia cultural e política transnacional, do sudoeste asiático (Desai, 2004:35). Neste trabalho, traçam-se algumas das linhas de formação histórica do cinema indiano, de língua hindi; e de como, através de novas plataformas tecnológicas, os filmes da indústria de Mumbai criam audiências, num contexto marcado pela diáspora indiana. Em segundo lugar, dar-se-á a conhecer de que modo o conhecimento antropológico contemporâneo perspectiva estas dinâmicas culturais, e como estas se relacionam com a consolidação da modernidade indiana, nomeadamente como o cinema e a televisão ocupam um espaço de mediação na construção de noções de identidade cultural. Filmes como *Taare Zameen Par* ou *Dirty Picture* são êxitos consagrados pela indústria do cinema popular de língua hindi. Como chegam essas narrativas a um bairro de Lisboa e que leituras permitem sobre as realidades indianas? Qual a expressão de uma loja de produtos asiáticos, que vende também DVD de filmes bollywood, em Lisboa? Quais os destaques de um blogue de cinema bollywood, escrito e mantido por um grupo de amigos que utiliza a língua portuguesa como forma alargar um público?

Palavras-chave:

Cinema, Televisão, *Bollywood*, Política Cultural, Diáspora

## ABSTRACT

Jigna Desai declares that film is the most important popular and significant cultural form and commodity in the transnational South Asian cultural and political economy (Desai, 2004:35). In this work and along the historical lines of the Indian cinema of Hindi expression, I discuss how technological media platforms allows the formation of a Lisbon based spectatorship of Hindi films, among communities of the Indian diaspora. Secondly, I debate the theoretical perspectives in anthropology and other social sciences on the way film and television create a space of mediation between the formation of Indian modernity and notions of cultural and national belonging. Movies like *Taare Zameen Par* or *Dirty Picture* are major achievements of the *Bollywood* industry. How does local Lisbon Indian communities access those movies and which cultural ideas are expressed? What is the role of a local Asian products store that sells *Bollywood* DVDs? Which southern-asian movies are focused on a blog written by a group of friends?

Key-words:

Film, Television, *Bollywood*, Cultural Politics, Diaspora

## ÍNDICE

1. Sobre este Trabalho .....	1
1.1 - Introdução .....	1
1.2 - Metodologia .....	5
2. Sobre as Imagens .....	8
2.1 - Cinema Popular e Televisão de Língua Hindi: Perspectivas Teóricas ....	8
2.2 - Identidades e Fronteiras: Leituras Possíveis .....	18
2.3 - A Política Cultural da Indústria de Cinema Popular de Língua Hindi...	26
3. O <i>Bairro</i> como Metáfora, a Índia como Referência: Interpretações sobre a Modernidade e a Nação .....	35
4. A Cidade de Lisboa: da Sala de Cinema à Sala de Estar .....	43
4.1 - O Recente Caso 222 .....	43
4.2 - O Cinema, através de Satélite, na Televisão ou no <i>Smart-Phone</i> .....	48
4.3 - Blogues, em Língua Portuguesa, sobre Cinemas Indianos .....	54
4.4 - Alguns Itinerários de Cultura Indiana, na Cidade de Lisboa .....	61
5. Conclusão .....	65
6. Bibliografia .....	69
7. Filmografia .....	77



Fotograma do filme *The Great Gambler*, de Shakti Samanta. 1979. <sup>1</sup>

*Today Bollywood is on as many screens in midtown Manhattan as in an Indian neighborhood in Queens. The literary world has learned to pronounce Vikram and Amitav and Jhumpa, and an Amrita Sher-Gil can fetch as much as a Warhol at auction. A click on the Internet instantly conveys the burgeoning scope of South Asian cultural confidence, yielding details of hundreds of art galleries, concerts, readings, plays and indie films.*

Mira Nair <sup>2</sup>

## 1. Sobre este Trabalho

### 1.1 Introdução

Quando a 22 de Abril de 2012 o canal de televisão indiano SonyTV foi pressionado à mudança de horário de transmissão do filme *Dirty Picture* (2011), alguns jornais *online* indianos citaram a reacção do actor, produtor e realizador Karan Johar, através do seu blogue de Twitter: "A national award winning film cannot have a national telecast?? This is not an irony but plain and simple hypocrisy!! If the censorship is not a final authority then what is??? Complicated and blurred lines defeat the core of democracy!!". Estas palavras espelham a indignação relativa às pressões governamentais sobre as indústrias cinematográficas e levantam importantes questões sobre a disputa entre os valores do poder político e a influência do poder económico. A indústria cinematográfica indiana, de resto, lidera a produção mundial de filmes: segundo o jornal Times of India, em 2007, o total de produções

---

<sup>1</sup> Filme com Amitabh Bachchan e Zeenat Aman, rodado parcialmente em Lisboa e Cascais

<sup>2</sup> India Inc.: Viewpoint: Hooray for Bollywood *in* Time Magazine, 18 de Junho de 2008

dos maiores centros cinematográficos indianos (Mumbai, Chennai e Hyderabad) deram origem a 1132 filmes. Comparativamente, e no ano de 2008, a indústria americana, japonesa e chinesa combinadas produziram cerca de 1338 filmes! Também o ano de 2008 registou, nas salas de cinema indianas, 3.300 milhões de bilhetes vendidos em sala.

*Dirty Picture* é um desses casos. Realizado em 2011 pelo realizador Milan Luthria, *Dirty Picture* inspira-se na história de Reshma (também conhecida por *Silky Smitha*), uma atriz de filmes das indústrias cinematográficas do sul da Índia (Tamil, Telugu, Malayalam, Kanada) que ganhou notoriedade pelas cenas de erotismo e sedução. Esta é, de resto, uma questão central nas várias linguagens dos cinemas indianos, pelas implicações da representação do corpo feminino, mas sobretudo pelos imperativos culturais da moderna sociedade indiana (Prasad, 1993; Mitra, 1993). Esse terá sido também o entendimento do Ministro da Informação Indiano e do Central Board of Film Certification (C.B.F.C.) para impedirem a transmissão original do filme de Luthria, nos horários nobres televisivos indianos (12 horas e 20 horas). Em primeiro lugar, o filme obedeceu à categoria de filme para adultos do C.B.F.C. e, para a transmissão televisiva, o realizador teve que retirar 59 cenas da montagem feita para sala de cinema. Em segundo lugar, e contrariando o horário amplamente divulgado pelo canal SonyTV, o filme foi relegado do *Prime Time*, para uma transmissão após as 23 horas devido às pressões governamentais de que o filme carecia de explicação e acompanhamento parental.

Esta é uma relação tanto mais interessante quanto é o percurso de apresentação do filme que, dentro das fronteiras indianas, soma nomeações e prémios pela sua história e pela representação da atriz Vidya Balan. Obviamente, que a consagração dentro de portas tem lugar em locais como o Idea Film Fare, o Zee Cine Awards ou o Star Screen Awards. Festivais organizados pelas cadeias de televisão e distribuição de cinema em língua hindi que consagram o seu próprio alcance, no seio da indústria. Não muito diferente daquilo que significam os Óscares, nos E.U.A. ou os Bafta, no Reino Unido.

O problema levantado pelo Ministro da Informação, com o filme *Dirty Picture* pode também ser entendido como a relação de forças que se estabelece entre canais de televisão, na medida em que estes estão submetidos a uma legislação nacional; as pressões morais de uma elite política, vigiadas através de instituições como o Central Board of Film Certification; e as respostas de uma elite económica, que controla os seus próprios canais de mediatização (televisão, imprensa, festivais) e beneficia das plataformas existentes na internet, para anunciar os seus ventos de mudança, na política cultural indiana.

No artigo "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", Arjun Appadurai lembra o que está aqui em causa:

*"(...)Democracy has clearly become a master-term, with powerful echoes from Haiti and Poland to the Soviet Union and China, but it sits at the center of a variety of ideoscapes (composed of distinctive pragmatic configurations of rough 'translations' of other central terms from vocabulary of the Enlightenment). This creates ever new terminological kaleidoscopes, as states (and the groups that seek to capture them) seek to pacify populations whose own ethnoscapas are in motion, and whose mediascapes may create severe problems for the ideoscapes with which they are presented"* (Appadurai, 1990:300).

Na perspectiva de Appadurai, a determinação de *Mediascapes* (discursos ou *paisagens* produzidas a partir de meta-narrativas da realidade) é fortemente condicionada pelas formas como os meios de comunicação electrónicos, as narrativas e as subjectividades criam vidas imaginadas de outros lugares e de outras vidas, noutros lugares. Apesar de *Dirty Picture* ser um filme reconhecido através do seu *box-office* (ou seja, pelas suas audiências) e pelos profissionais que o consagram; o Estado e as diversas pressões que são exercidas informalmente (ou moralmente) fazem sentir-se através da regulação dos canais televisivos e das instituições legais. Subjacente a esta necessidade de regulação está a sugestão de que a

história de Silky Smith ou as imagens do filme são contraproducentes, no sentido em que carecem de controlo parental e vigilância moral.

Esta é uma das questões centrais na interpretação que se faz das imagens televisivas e do cinema, mas também da forma como a indústria televisiva e cinematográfica desenvolve o seu alcance, numa sociedade globalizada. Para a autora Madhava Prasad estas são as lógicas de *desejo* de modernidade, por parte da indústria de cinema popular:

*"As an effective medium of propagation of consumer culture, popular cinema has managed to combine a reassuring moral conservatism with fragments of utopian ideology and enactments of the pleasures of the commodity culture"* (Prasad, 1998:108).

O tema que desenvolvo neste meu trabalho é um excelente exemplo de como a organização do campo mediático se intersecta numa lógica cultural transnacional (Cohen, 1997; Cunningham, 2001; Mazzarella, 2004, Desai, 2004; Kavoori e Punathambekar, 2008; Thussu, 2007; Kumar, 2010). A indústria de cinema popular de língua hindi (também designado por Bollywood) é actualmente, e fora das fronteiras do subcontinente indiano, um produto cultural sincrético, porém, bastante consolidado entre as comunidades indianas de diáspora. É essa a leitura que alguns autores fazem do desenvolvimento do cinema popular de língua hindi (Rhajadhyaksha, 2003; Punathambekar, 2005; ; Dudrah, 2005; Mishra, 2006; Bandyopadhyay, 2008), pelo que importa, também, olhar para a forma como as narrativas do cinema se desenvolvem em estreita relação com a história política, económica e cultural da nação indiana (Guha, 2007; Sircar, 1995; Gupta, 1997). Por outro lado, essas narrativas difundem-se através de uma rede transnacional global que envolve a distribuição cinematográfica ou transmissão por satélite para países como os E.U.A., Reino Unido ou Austrália configurando aquilo que Sunil Khilnani designou pelas *Ideias de Índia*. Sendo o caso português relativamente residual, numa expressão global, existem comunidades

associadas à diáspora indiana que se apresentam como espectadoras de cinema Bollywood e canais asiáticos de televisão por cabo ou satélite - números pouco exactos situam uma população global de diáspora, em cerca de 11 milhões de pessoas (Mishra, 2002:235). Não existindo qualquer sala de cinema que projecte este tipo de filmes, na cidade de Lisboa, a configuração de uma audiência circunscreve-se a um espaço doméstico e atomizado: a casa, o computador, o telemóvel. O meu objectivo, aqui, será o de explicitar as dimensões teóricas inerentes ao visionamento deste género cinematográfico e também inscrevê-lo numa rede de relações tecnológicas e sociais, que ultrapassam as tradicionais fronteiras dos lugares, nos quais se assiste cinema, criando formas de entendimento da realidade e de construção do espaço público.

## **1.2 - Metodologia**

O trabalho de campo etnográfico, que habitualmente acompanha a produção de conhecimento antropológico, é um dos elementos chave no entendimento das realidades e dinâmicas culturais (Davis, 1999; Marcus, 1995). No meu contexto de análise, marcado pela mediação dos meios tecnológicos, o recurso à internet foi bastante importante como fonte de pesquisa, sobretudo como forma de comunicar com os meus interlocutores (Wilson e Peterson, 2002).

Este meu trabalho foi concebido e desenvolvido em três momentos diferentes. Em primeiro lugar e graças aos meus círculos de amigos e familiares pude perceber de que forma as novidades dos filmes Bollywood, as curiosidades em torno de actores e atrizes e as músicas retiradas dos filmes são experiências partilhadas num quadro de identificação cultural comum - neste caso, a pertença a uma identidade indiana. Sendo parte da minha família originária da Índia e tendo a maior parte dela acesso a canais de televisão asiáticos (através de

cabo e satélite) fui desenvolvendo uma reflexão que encontra ecos nos estudos que procuram as implicações sociais, culturais e políticas da globalização dos *media* (Kavoori e Punathambekar, 2008:2): como se configuram estes produtos culturais, criando audiências e narrativas em contexto de diáspora. Através de conversas informais com a minha família pude então compreender, ao longo dos últimos meses, o lugar de programas de televisão como *Dance India Dance*, mas também a importância do contacto com a língua (o hindi) e, sobretudo, o reviver de uma memória sempre presente associada às histórias de infância, à gastronomia ou à família que se encontra em Mumbai. A troca de ideias com a minha mulher, também ela, assídua espectadora de filmes Bollywood, permitiu-me igualmente compreender a existência e importância do circuito dominado pela indústria do entretenimento: as histórias por detrás dos filmes, as listas das músicas mais recentes, os últimos filmes disponibilizados em primeira mão, na internet.

Em segundo lugar, realizei uma série de entrevistas com alguns intervenientes que, directa ou indirectamente estão ou estiveram relacionados com a dinamização do cinema indiano, na cidade de Lisboa: Dhimante Cundalal, actual proprietário do Cine-Estúdio 222; Champaclal Deuchande, animador do programa de rádio *Swagatam*; e, Mayush Kumar, proprietário de uma loja de produtos asiáticos, que vende DVDs de filmes indianos e mantém um blogue sobre o cinema Bollywood.

O tema dos blogues em língua portuguesa sobre os filmes indianos acabou, também, por encontrar na minha pesquisa o seu espaço, visto projectar-se a um nível que vai além das fronteiras físicas das ruas e avenidas da cidade de Lisboa. Por outro lado, ter na sua génese autores que não têm ligação alguma às comunidades indianas, mas que cultivam o gosto pelos filmes do sudoeste asiático. Neste ponto, foram bastante importantes as trocas de email que mantive com Bárbara Amaral, uma das *bloggers* que vive na cidade do Porto.

Finalmente, o convívio e as conversas que tive com Kanushi Rai, uma amiga e moradora no bairro do Armador permitiram-me conhecer algumas das festas religiosas hindús

(como o *Navratri*). Outro dos aspectos importantes do seu percurso biográfico foi a passagem pelo antigo bairro da Quinta da Holandesa, no Areeiro. Através das nossas conversas percebi como situar a comunidade hindu, no seio das comunidades indianas de diáspora, a residir em Lisboa.

Em termos formais, não separo a apresentação do texto entre a teoria e prática. Ao longo dos capítulos em que as vozes de alguns dos meus interlocutores estão presentes, equaciono as questões teóricas por detrás das suas perspectivas e opiniões. Julgo que esta é a forma mais adequada de leitura do tema desta tese, dado que a questão da modernidade indiana, definida pelos conceitos das ciências sociais e mediada pela tecnologia, configura-se sistematicamente no quotidiano das pessoas. Foi uma direcção que tomei, ao querer enfatizar os ângulos teóricos face ao lugar da etnografia e às práticas das pessoas com as quais me cruzei, ao longo deste trabalho.

## 2 - Sobre as Imagens

### 2.1 - Cinema Popular e Televisão de Língua Hindi: Perspectivas Teóricas

No filme *In Custody* (1994), Deven (Om Puri) é um professor de língua hindi a quem é dada a missão de entrevistar um dos grandes poetas vivos de língua urdu, Nur Shahjehanabadi (Shashi Kapoor). Nur é a figura do mestre em decadência, consumido pelo álcool e pela boémia, envolto na pequenez do quotidiano e de uma vida sem sentido e sem criação. Deven, inquieto com a ordem dos tempos, a indisciplina dos seus alunos ou as exigências familiares procura restabelecer a glória poética de Nur registando as suas conversas e os seus poemas (no fundo, essa é a sua própria redenção enquanto poeta sem futuro). Para isso Deven precisa de um dispositivo (um gravador) que permita perpetuar a memória de Nur. Numa conversa com um amigo, e perante o caos da vida de Nur, Deven revela a incapacidade em tirar notas e a necessidade de encontrar um gravador - algo que, de resto, se apresenta como uma contrariedade aos seus habituais métodos de trabalho. A resposta do amigo é peremptória: "Faz um vídeo. Todos o fazem actualmente. De resto, quem é que lê, hoje em dia? As pessoas vêm e ouvem!".

Neste filme de Ismail Merchant este é um ponto na viragem para a narrativa. No plano simbólico, a importância de conservar um registo audiovisual de um poeta em decadência desenha uma metáfora certa aos movimentos da moderna sociedade indiana. Na era electrónica, apenas Deven mantém os seus métodos de escrita *tradicionais*, ou seja, através de papel e caneta. Obviamente, como sugere o seu amigo, o mundo da tecnologia galopa para além das salas de ensino de hindi.

*In Custody* distancia-se das habituais produções cinematográficas de Mumbai. Aqui não há coreografias de dança em paisagens sumptuosas, polícias implacáveis ou disputas sanguinárias pelo amor de uma mulher. Para além de algumas salas indianas, o filme estreou-

se no Reino Unido, em França e em alguns festivais de cinema mundiais. Aquilo que me introduz neste capítulo é a forma como cinema e televisão partilham um mesmo espaço de consumo de imagens e de sons, apesar das suas aparentes diferenças em termos daquilo que configuram enquanto produtos culturais e do ponto de vista das audiências e dos espectadores que os recebem.

Para explicitar a ligação entre cinema e televisão importa-me situar o modo como as narrativas do cinema popular de língua hindi, cuja produção com sede em Mumbai cunhou, no final da década de 1990, de Bollywood (Rao, 2007; Mishra, 2006). Em segundo lugar, o consumo de canais de televisão asiáticos (cuja distribuição é feita através de satélites internacionais) integram uma lógica de distribuição de imagens, organizam valores e ideias sobre o subcontinente asiático (Mazzarella, 2003; Rhajadhyaksha, 2003; Lutgendorf, 2006; Pillania, 2008).

Ainda que os estudos sociológicos, a teoria do cinema ou a antropologia nos possam conduzir por diferentes linhas de abordagem para tornar inteligível o modo como cinema e televisão se posicionam na sociedade contemporânea, os argumentos subjacentes ao modo como as imagens, as narrativas ou as políticas se estruturam de acordo com novas audiências globais ou como se reinscrevem através das novas tecnologias da informação (internet, televisão digital ou satélite) tecem-se através da construção e desenvolvimento de uma modernidade assente na modificação das relações sociais, económicas e simbólicas introduzidas pelo sistema de produção capitalista.

É nesta direcção que aponta a obra *Media Worlds*, organizada por Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod e Brian Larkin (Ginsburg, Abu-Lughod e Larkin, 2002). Aqui pode perceber-se que o alcance actual das ciências sociais sobre as imagens do cinema ou da televisão vai além de um só suporte ou local: os antropólogos, por exemplo, procuram o modo como os vários meios (*media*) estão integrados nas comunidades e estas, por seu turno, se articulam com os modos de organização e os discursos das nações e dos estados, de redes e circuitos

transnacionais "produced in the worlds of late capitalism and postcolonial cultural politics" (Ginsburg, Abu-Lughod e Larkin, 2002:23). Sobre a distinção entre *apparatus* e tecnologia levada a cabo pela teoria do cinema (que reconhece os vários pólos da instituição cinematográfica ocidental como a manifestação de uma combinação particular de elementos tecnológicos, económicos, políticos, culturais e históricos), Madhava Prasad considera que o problema da autenticidade cresce a partir da consolidação da modernidade, "making it difficult to conceive of a culturally distinctive use of technology" (Prasad, 1998:5). Não existe uma perspectiva unificada sobre a forma como televisão e cinema ocupam os diferentes contextos etnográficos, mas existe uma preocupação em compreender como ambas estão presentes no quotidiano. Existe assim a necessidade em situar as lógicas de recepção de imagens, juntamente com as suas estratégias de produção.

É precisamente essa a ligação que estabelece Raymond Williams na seminal obra *Television* (Williams, 2003). A história da implementação da televisão nas sociedades ocidentais é antes de mais a história política, económica e científica da Europa e dos Estados Unidos da América:

*"The centralisation of political power led to a need for messages from that centre along other than official lines. Early newspapers were a combination of that kind of message - political and social information - and the specific messages - classified advertising and general commercial news - of an expanding system of trade"* (Williams, 2003:14).

O que a massificação da informação acarretou foi também a necessidade de organizar e legislar a sua distribuição. O argumento central de Williams é que a tecnologia não é algo determinado por uma ordem natural de acontecimentos. Ela é, antes, o resultado da racionalização da sociedade ao longo de linhas políticas e económicas, controladas por governos e redes de investimentos públicos ou privados, mas sempre obedecendo a uma

lógica política ou comercial - ou a ambas.

Também para Frederic Jameson (1992) o desenvolvimento tecnológico resulta do desenvolvimento do capital, mais do que do desenvolvimento da tecnologia *per se*. Deste modo, o desenvolvimento do capitalismo terá conduzido à configuração de três fases distintas da implementação da revolução tecnológica. Jameson, seguindo as considerações do economista Ernest Mandel, encontra uma primeira fase de produção industrial conduzida por motores a vapor, a partir de 1848; e uma segunda fase, a partir de 1890, dominada pela produção industrial a partir da energia eléctrica e de motores de combustão interna. Posteriormente, configura-se a implantação da indústria baseada na utilização da electrónica e dos dispositivos controlados pela energia nuclear. O enfoque é, assim, colocado no facto dos modos de produção capitalista implicarem a mudança dos processos de representação da realidade. Jameson afirma que

*"we must reintroduce the problem of aesthetic representation already explicitly developed in Kant's earlier analysis of the sublime, since it would seem only logical that the relationship to and the representation of the machine could be expected to shift dialectically with each of these qualitatively different stages of technological development"* (Jameson, 1992:78).

Paul Virilio falando em *Vision Machine* sobre a *automação da percepção* (Virilio, 1994:59) e o modo como a tecnologia e a linguagem da ciência constituiu, em diferentes momentos da história, o modo de formação de imaginários, de tempo e de realidade, afirma que o fim da modernidade, no dealbar do século XX, está marcada pelo fim da lógica de representação pública. Quer isto dizer que aquilo que Virilio entende pela *idade da lógica formal da imagem* (pintura, gravura, arquitectura) terminou no século XVIII, enquanto a *idade da lógica dialéctica* marcou o período da consagração da fotografia e do cinema (séculos XIX e XX). A *idade da lógica paradoxal* é marcada pela invenção das imagens de vídeo,

holografias e imagens criadas com recurso a computador. Diz Virilio que actualmente

*"although we may be comfortable with the reality of the formal logic of traditional pictorial representation and, to a lesser degree, the actuality of the dialectical logic governing photographic and cinematic representation, we still cannot seem to get a grip on the virtualities of the paradoxical logic of the videogram, the hologram or digital imagery"* (Virilio, 1994:63).

Estes autores falam assim das relações em que determinado objecto é representado (uma imagem, um filme, um livro), é reproduzido e é inscrito na realidade. Este é um dos pontos fundamentais, no que diz respeito à forma como o conhecimento das ciências sociais contemporâneas reflete sobre o lugar das imagens e a sua articulação com os discursos, nas sociedades modernas.

Um dos autores que grande influência teve nesta área de estudo é Walter Benjamin. Para ele, a forma como a fotografia ultrapassou os processos artísticos manuais anteriores (xilografia, literatura ou litografia), estabeleceu as condições para a reprodutibilidade técnica das imagens: "se o jornal ilustrado estava virtualmente oculto na litografia, também na fotografia o está o filme sonoro" (Benjamin, 1992:76). Ao movimento de reprodução técnica em grande escala, que se associou à fotografia, as propriedades de autenticidade e de raridade inerentes aos objectos modificam-se estruturalmente - e não apenas aos objectos artísticos, como a toda a realidade com a qual os objectos mantêm as suas relações. Diz Benjamin que a autenticidade decorre de algo que não é reprodutível e que apenas existe num único *objecto natural*, que exerce uma autoridade e que transporta consigo uma aura (um corpo de ideias, uma história de referências). A reprodutibilidade da obra, de qualquer obra fruto de uma *actividade humana*, "liberta o objecto reproduzido do domínio da tradição" (Benjamin, 1992:79). À existência única sucede a existência em massa. No caso de certos objectos artísticos que se configuraram num plano mágico, ritual ou religioso; a definição da sua aura e

originalidade decorre dessa configuração. O autor refere a estátua antiga de Vénus que "situava-se num contexto tradicional diferente, para os Gregos, que a consideravam um objecto de culto, e para os clérigos medievais que viam nela um ídolo nefasto" (Benjamin, 1992:82).

Centrando este debate na história das ideias europeias é após o Renascimento que, a crescente transfiguração dos significados tradicionais (como o culto profano da beleza ou ritual secularizado) se torna tributária da ascensão do Iluminismo, da revolução científica e da emergência do sistema económico capitalista. A partir do século XIX, *Reprodução e raridade* material e simbólica estabelecem-se como características associadas ao *valor* da produção cultural e artística, acompanhada de um processo de *legitimidade* e *legitimação* junto dos públicos, e que mais tarde sustentou a figura do *consumidor*, do *espectador* ou do *especialista* - numa alusão ao que Anthony Giddens (1990) designa por sistemas periciais e à reflexividade inerente à dinâmica da modernidade, em que a possibilidade de a maioria dos aspectos da actividade social e das relações materiais com a natureza poderem ser revistos à luz de novos conhecimentos.

Fala-se, então, das forças e dos discursos que intervêm historicamente na dimensão cultural e se implicaram na reprodução em massa de objectos e imagens. Pensar as dimensões culturais das imagens passa, inevitavelmente, por não excluir as noções de *produção*, de *sentido* e de *história* que lhes estão associadas.

Pensar as imagens e as narrativas do cinema e da televisão através de uma reflexão informada pela antropologia implicará permitir que se estabeleçam relações sobre as manifestações culturais de um determinado lugar - ou de um lugar indefinido, como o entendeu Appadurai (Appadurai, 1990:301) - grupo de pessoas ou indivíduos e que estes se integrem na forma como aquelas imagens materializam a identidade ou as aspirações daqueles grupos. Num período histórico marcado por fluxos migratórios de pessoas, práticas, bens, valores ou ideias a noção de fronteira parece ter ficado subsumida no tempo - o que não

significa que tenham deixado de existir fronteiras e limites. As práticas de controlo e vigilância pública e privada inerentes à modernidade parecem ser disso exemplo (Sontag, 2002; Balibar, 2010; Agamben, 2009).

Pensar a imagem, como escreve Rancière, não é apenas referir a relação que aconteceu num outro lado e o que surge perante os nossos olhos, mas todo um conjunto de operações que caracterizam a natureza daquilo que vemos (Rancière, 2008:6). Dela participa a história e as instituições sociais, o desejo e o imaginário. Para Susan Sontag, as imagens contituem-se como mimetismo da sociedade moderna e do mesmo modo

*"a society becomes modern when one of its chief activities is producing and consuming images, when images that have extraordinary powers to determine our demands upon reality and are themselves coveted substitutes for firsthand experience become indispensable to the health of the economy, the stability of the polity, and the pursuit of private happiness"* (Sontag, 2002:153).

Importa-me referir aqui este plano teórico das imagens face ao que podem ser as imagens do cinema ou as imagens da televisão. Isto porque as suas fórmulas de *distribuição* obedecem a lógicas de produção e apropriação distintas. Reflectir sobre as dimensões políticas da cultura e da imagem pode revelar-se um acto demasiado complexo, dada a extensão de relações entre ideias, técnicas, historografias e apropriações que integram as narrativas identitárias associadas ao consumo de imagens (Prasad, 1993; Massey, 1992): por exemplo, se se pensar que imagens se tornam mais preponderantes, pensando a sua mediação tecnológica (por *intermédio* do cinema ou por *intermédio* da televisão). Esta é uma questão que preciso manter em fundo, pela especificidade do meu contexto de trabalho. Actualmente, a inexistência de salas de cinemas não implica o não consumo de cinema. O que acaba por acontecer é que os conteúdos televisivos e da internet preenchem um espaço marcado pela

nostalgia do visionamento de *filmes indianos* (em sala).

Madhava Prasad, num artigo de 1993 (*Cinema and the Desire for Modernity*) centra-se numa análise interpretativa do desejo, da intimidade e do beijo enquanto representações de uma política cultural que emerge da formação do Estado Nação, da definição das fronteiras do que é público e privado, do consumo de imagens que se estabelecem como símbolos da modernidade contemporânea indiana. Ashish Rajadhyaksha (2003) fala de uma *bollywoodização* do cinema indiano, numa análise quer das estruturas de produção e distribuição, quer nas estratégias de promoção e divulgação dos filmes que dominam o mercado cinematográfico nacional e internacional:

*"while the cinema has been in existence as a national industry of sorts for the past 50 years (the Indian cinema, of course, has celebrated its centenary, but the industry, in the current sense of the term, might be most usefully traced to the Second post-World War boom in production), Bollywood has been around for only a decade now"* (2003:29).

Arunajeet Kaur e Faizal Yahya (2010) traçam o papel dos canais de cinema de língua hindi, distribuídos através da televisão por cabo ou satélite, em Singapura; numa espécie de *renascença* da cultura, moda ou culinária *indianas*, entre as comunidades da diáspora indiana.

O que persiste nestas diferentes perspectivas é, em primeiro lugar, a multiplicação de ângulos de análise sobre a sociedade contemporânea naquilo que Arjun Appadurai considera a complexidade da actual economia global, pelas interacções descontínuas entre economia, cultura e política. Em segundo lugar, o estabelecimento dos discursos identitários, com base no cinema, parte de estratégias concertadas entre políticas culturais e lógicas de uma economia de mercado, que adensam o quadro de relações entre aqueles que são os espectadores de uma realidade distante (e refiro-me, às comunidades de diáspora) e os produtores de sentidos, imagens e narrativas: realizadores, produtoras, cadeias de media,

grupos económicos (Richards, 2011; Ganti, 2002)

Finalmente, e num dos pontos de enfoque neste trabalho, a materialização do cinema enquanto dimensão que permite a construção do discurso sobre a identificação cultural. Os filmes que (não) são vistos numa sala de cinema da cidade de Lisboa ou através da televisão, mas que transportam os imaginários do desejo, da memória, espelhos de histórias de vida ou de relações familiares.

Os filmes de entretenimento promovem estas ideias tanto como um mero documentário de entretenimento, no canal de televisão Travel Channel. Ashish Nandy (1998) considera que o cinema popular indiano é o espelho da realidade, das classes médias e da política cultural e social indiana e que incorpora igualmente o confronto às elites e à visão que estas projectam de uma sociedade desejável:

*"the politics of popular cinema is not a hermeneutic puzzle, nor is it enticingly tacit. It does not require sophisticated analytic schemes of the kind that an Indian postmodernist might cherish. It is often vulgarly blatant. It is never trivial, not even when it is expressed in films that are trivial"* (Nandy, 1998:8).

Também numa cidade como Lisboa é possível traçar a construção desta realidade e analisar de que modo a comunidade de diáspora indiana consome os filmes que chegam através de canais como a ZeeTV, SMax ou B4U; satélites internacionais ou televisão por cabo portuguesa; o Youtube ou os [escassos] blogues especializados de língua portuguesa. Estas diferentes estruturas tecnológicas articulam-se na interação entre uma modernidade indiana geograficamente distante e uma contemporaneidade lisboeta presente. A participação na realidade indiana, sugerida pela indústria de entretenimento, é apenas uma miragem enquadrada pelo desejo de pertença à comunidade. No caso de um dos meus interlocutores, Dhimante Cundanlal, a tentativa de dinamizar uma sala de cinema apenas através de filmes

indianos revelou-se um projecto perdido no tempo. Sem público e sem investimento - pilares basilares das indústrias cinematográficas - não existem filmes.

No âmbito do meu tema de tese, o consumo de imagens do cinema confunde-se com as lógicas de difusão televisiva que, por seu turno, são também mediadas pelas utilizações da internet. Dada a inexistência de salas públicas de projecção cinematográfica, na cidade de Lisboa, o acesso a cinema de produção indiana é feito maioritariamente através de visionamento de DVD, sistemas de televisão por cabo ou satélite e *stream* ou *descarregamentos* através da internet.

E, nesse âmbito, a reflexão em torno do cinema não pode ser dissociada da proliferação de plataformas alternativas de visionamento de filmes, conteúdos cinematográficos ou televisivos. Este é um dos aspectos que se encontra evidenciado no Relatório *Cinema nos Múltiplos Ecrãs* (Taborda, 2010). Pode ler-se que, apesar do balanço positivo a nível de receitas de bilheteiras e do número de espectadores em sala, a televisão "é a plataforma mais utilizada para consumo de filmes (77,3%). O DVD surge em segundo lugar nas respostas dos inquiridos (35,8%), seguido de perto pelas sala de cinema (35,1%). O download de filmes a partir de computador ligado à Internet surge em quarto lugar (15,1%) e o Video-on-Demand é uma plataforma recente a revelar expansão da procura (13%)" (Taborda, 2010:24).

As excepções à inexistência de salas de projecção pública de filmes com origem na Índia são a sala Cine222 e também a Cinemateca Portuguesa. No entanto, a primeira encontra-se desactivada há cerca de cinco anos e a Cinemateca afasta-se da projecção de filmes de circuito comercial - o género que Bollywood consagra. Ademais, o designado *box-office* publicado pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual é peremptório na categorização dos filmes melhor sucedidos nas salas portuguesas, no período entre 2004 e 2012: *Avatar* (2009, James Cameron), *Mamma Mia!* (2008, Phillyda Lloyd), *Shrek 3* (2007, Chris Miller, Raman Hui), *Madagáscar* (2008, Eric Darnell, Tom Mcgrath) ou o *Código Da Vinci* (2008,

Ron Howard).

No que a géneros cinematográficos diz respeito, o cinema de animação, ficção científica ou de intriga produzido maioritariamente por estúdios de Hollywood, dominam os cartazes e o número de bilhetes vendidos. Por esta via, a expressão dos filmes indianos resumem-se a experiências fugazes e pontuais como a sala Bollywood, no cinema Alvaláxia, em Lisboa.

## 2.2 - Identidades e Fronteiras: Leituras Possíveis

Uma obra artística consolida-se quando uma ideia amadurece e procura a expressão através da técnica. A obra torna-se artística, também, quando o seu devir é absorvido através de redes de difusão cultural e mercados de consumo que veiculam a *ideia de arte*. Museus, galerias, órgãos de comunicação social, feiras internacionais ou leilões correspondem a circuitos que *constroem* as narrativas em torno das tendências estéticas ou das linguagens de vanguarda que se propagam pelos canais de uma cultura popular. Em alternativa, podem tomar a direcção de manifestações de um pensamento elíptico e restricto. Ulf Hannerz, referindo-se à economia de finais do século XX como uma economia de signos e não apenas de objectos, formula também a ideia de *política da cultura* subjacente a uma *política de signos*. Ou seja, a representação da realidade vinculada a mecanismos de "distribuição de significados e formas significativas emblemáticas" (Hannerz, 1997:17).

A realidade está pois sujeita a uma *construção conceptual da realidade*: a um posicionamento num contexto histórico, social e cultural. A arte enquanto mimetização da existência submete-se à mesma lógica. Já aqui referi Walter Benjamin quando este fala sobre a forma como a fotografia ultrapassou os processos artísticos manuais anteriores (xilografia, literatura ou litografia) e estabeleceu as condições para a reprodutibilidade técnica. A reprodutibilidade da obra, de qualquer obra fruto de uma *actividade humana*, "liberta o

objecto reproduzido do domínio da tradição" (Benjamin, 1992:79). À existência única, sucede a existência em massa. A realidade está, assim, sujeita à criação de significados e interpretações, que adquirem os seus sentidos quando articulados com a vida, com as relações entre pessoas, com a produção de sentidos e com a existência humana. A produção de conhecimento na filosofia, na interpretação histórica, nas artes, no direito e jurisprudência ou na política encontram-se, a partir do século XVII, vinculadas aos métodos e processos racionalistas que saneiam a autoridade da tradição, da fé e do dogma religioso em prol de um processo evolutivo inerente à revitalização e ruptura com os modos de pensamento e da vida em sociedade até então. Em face deste novo movimento, diz-nos Isaiah Berlin, "nature will at last be seen in the full symmetry and harmony of its elements, which can be described, analyzed and represented by a logically appropriate language - the language of mathematical and physical sciences" (Berlin, 1974:83). O estabelecimento deste novo paradigma traz a irradicação de tudo o que não encontra resposta dentro das suas delimitações ("metafísicos, místicos, poetas") e a análise da realidade e do conhecimento centra-se num reducionismo científico onde as leis da natureza e da sociedade se submetem aos mesmos cânones. Indivíduo e matéria, sujeito e objecto são hipóteses equacionadas dentro de um quadro analítico dominado pela revolução científica - algo que a literatura antropológica pós-modernista procurou confrontar, alargando os limites formais dos métodos e dos temas que foram dominantes na história da disciplina, ao mesmo tempo que tentou incorporar relações políticas e sociais de sociedades em ebulição, atravessadas por processos de globalização e de consolidação de relações políticas transnacionais.

Utilizo aqui a ideia de *construção* num duplo sentido. Se, por um lado, a produção cultural ocidental foi permeável a influências intelectuais e de contacto ou dominação colonial; por outro, a análise das ciências (e da antropologia) sempre operou dentro de um quadro epistemológico que espelha a realidade, como o seu corpo primordial de experimentação. Os processos racionais de construção da realidade não vivem sem a

celebração de uma linguagem que, à semelhança da obra artística, existem no tempo e no espaço. Realidade não é aqui um conceito universal ou pré-determinado. Ela é fruto da técnica, do pensamento e da sociedade em que têm lugar.

Neste sentido, as décadas de 1980 e 1990 foram prolíficas, pelo legado que cunharam nas relações contemporâneas entre cultura e lugar. Segundo Hannerz, as ideias de globalização, transnacionalidade e tecnologia sempre ocuparam o pensamento antropológico em diferentes décadas do século XX, e sob diferentes capas e ângulos (Malinowski e o culturalismo; Strathern e o difusionismo; teorias da modernização e dependência; teorias do sistema mundial na década de 1970; teorias da globalização e do transnacionalismo). No entanto, surgiram novas roupagens e a cultura passou a pensar-se como um *fluxo*, com continuidades e passagens temporais, mas também com novos limites, com novas descontinuidades e obstáculos.

No que à antropologia diz respeito (numa análise que se circunscreve à pequena escala, portanto), os espaços e territórios que agregam os grupos sociais assumem especial interesse quando se observa a produção cultural ou o capital simbólico. Para Hannerz,

*"Muitas pessoas têm cada vez mais experiência tanto dos fluxos de formas culturais que costumavam se localizar em outros lugares quanto daqueles que acreditam pertencer à sua própria localidade. E, além disso, algumas correntes de cultura são dificilmente identificáveis como pertencentes a qualquer lugar específico. (...) À medida que a cultura se move por entre correntes mais específicas, como o fluxo migratório, o fluxo de mercadorias e o fluxo da mídia, ou combinações entre estes, introduz toda uma gama de modalidades perceptivas e comunicativas que provavelmente diferem muito na maneira de fixar seus próprios limites" (Hannerz, 1994:18).*

A metáfora parece assim expandir as suas dimensões gramaticais para ser conceito que

abriga as próprias dinâmicas dos fluxos culturais e das deslocações de sentidos produzidos pelos trânsitos, tecnologias, biografias, políticas.

Outra dessas figuras estilísticas encontra-se na ideia de *fronteira*. No artigo *Strangers as Enemies. Further Reflections on the Aporias of Transnational Citizenship* (2006), Étienne Balibar marca o ponto de partida da discussão em torno da cidadania transnacional com a crescente confusão [ideológica] dos conceitos de *estranho* e *inimigo*: a construção de uma *vedação* (virtual), na Europa Mediterrânica envolve graves implicações simbólicas, mas também políticas:

*"it is a complex of differentiated institutions and installations, legislations, repressive and preventive policies, and international agreements, which together aim at making the liberty of circulation not impossible but extremely difficult or selective and unilateral for certain categories of individuals and certain groups on the basis of their ethnic (i.e., ultimately racial) characteristics and their nationality"* (Balibar, 2006:3).

Da cristalização de noções de *espaço*, *mobilidade* e *estatuto*, oriundas de uma geografia política euro-mediterrânica, emergem ideias de controlo político e nacional que encontram similitudes com os bloqueios e muros erguidos pelo estado israelita, junto a territórios palestinianos, limitando o acesso a terra, trabalho e mobilidade daquelas populações. Para Balibar, também as restrições ao espaço europeu, através do sul da europa (concretamente, Melilla) são uma sugestão hiperbólica para a construção de uma Grande Muralha Europeia, a partir de uma das suas portas de entrada.

A definição do que é estrangeiro, num *território* europeu, tem vindo a adquirir dimensões equívocas e contraditórias, em grande medida devido às sucessivas definições legais e percepções culturais sobre o lugar dos cidadãos não apenas *europeus*, como *não-europeus*. O legado histórico e colonial de cada um dos Estados que compõem a União

Europeia contribui, de igual modo, para um estabelecimento e regulação legal das fronteiras do que é *externo*, localmente (isto é, no interior de cada um dos Estados):

*" The idea that each kind of society produces its own kind of strangers is in fact not only a phenomenological or sociological one, it is also at certain moments a political one, which means that it opens the doors to antagonistic choices"* (Balibar, 2006:5).

Estes movimentos reflexivos estão distantes de uma linearidade histórica e geográfica, quero dizer, exclusivos da produção de conhecimento ocidental. A estruturação da sociedade capitalista e a penetração de uma economia política não afasta das relações sociais ou das ligações que as pessoas mantêm com determinadas imagens (memórias, narrativas, fotografias, cinema). O que é estranho e externo ao campo das ideias, e que Balibar foca, poder-se-á extrair para o campo dos significados (ou signos) e de uma política cultural. Sobre a questão do cinema indiano de língua hindi, Vinay Lal (Lal, 1998) considera mesmo a *Impossibilidade do Outro no Cinema Hindi Moderno* - tese em que as continuidades narrativas e estéticas no cinema indiano se aliam às perspectivas essencialistas do discurso indológico de autores como Louis Dumont e Max Muller, e que apenas recentemente foram questionadas. Para Lal, a uma função catártica (de escape a uma realidade marcada pela pobreza ou pelo rigor do trabalho) junta-se o plano da alteridade. Afirma o autor que

*"where the outsider is not banished, where the outsider exists to remind others of those values of transcendence of which we become oblivious owing to the impositions of daily life, there the outsider has become an insider. Such an outsider, far from being the significant 'Other', that other in whom we invest the evil that we recognize within us, is nothing but our true Self"* (Lal, 1998:242).

Desta forma, pretendo situar o meu campo de ideias e significados de modo a abordar a questão da representação cinematográfica e do fluxo de imagens sugeridas pelo cinema

Bollywood e que estão envoltas num véu de identidade, junto das comunidades da diáspora indiana. Julgo que à superfície invisível desta realidade lisboeta correm influências culturais (cinematográficas) que espelham a organização do nosso tempo globalizado e que misturam ideias da experiência de cidades ou aldeias do subcontinente indiano.

A metáfora da *construção* de um imaginário de pertença e de narrativas culturais parece-me apropriada para ilustrar o sentimento daqueles que, vivendo longe de uma realidade (pode bem ser um bairro, uma família ou um país) assistem através da televisão, criam e recriam as suas narrativas singulares a partir de uma síntese ou de um produto orientado para espectadores, públicos e consumidores. Situio, nesta ideia, a indústria de cinema Bollywood.

Uma das obras de Ashis Nandy que inspira este meu argumento tem por título "The Secret Politics of our Desires" (1998). Na introdução desta obra, o autor entende que o cinema popular indiano se apresenta como elemento mediador da modernidade: entre a expressão de massas e a cultura popular (local); entre a ideologia de estado e a vertente pouco convencional do multiculturalismo historicamente recente; ou a tecnologia que permite a criação de algo novo, diverso mas também incerto. Duas longas-metragens produzidas na Índia geram cerca de 15 milhões de espectadores, que preenchem as cerca de 13 mil salas de cinema indianas, para além da presença fora do país (da Rússia ao Norte de África, das Caraíbas, às Fiji). A questão essencial coloca-se do ponto de vista das implicações políticas e culturais no quadro desta indústria massiva: "Does it have something to say about the fate of popular culture in societies transiting from older modes of cultural self-expression to a more impersonal, centrally controlled, mass culture?" (Nandy, 1998:2).

Também em Nandy a metáfora assume um lugar especial: neste caso, a metáfora do bairro degradado urbano, para melhor descrever o cinema comercial de cariz popular feito em Mumbai. Considera ele que,

"Both cinema and the slum in India showed the same impassioned negotiation with everyday survival, combined with the same intense effort to forget that negotiation, the same mix of the comic and tragic, spiced with elements borrowed indiscriminately from the classical and the folk, the East and the West" (Nandy, 1998:2).

O cinema popular de língua hindi como ponto de fuga do bairro degradado pode ser equacionado como um paralelo da política cultural, da sociedade e mesmo do mundo. Neste sentido, a degradação urbana pensada como uma *unintended city*: uma massa de pessoas que não estando aptas para a modernidade também a constituem e alimentam. "They provide the energy - literally the cheap labour - that propels both the engine of civic life in a Third World society and the ambitions of its modernizing élite" (Nandy, 1998:3). Ou a população descartável e obsoleta que embaraça os restantes habitantes, seus semelhantes, mas com diferentes estatutos sociais, condições económicas e proveniências geográficas "in the way that the concerns and style of popular cinema are often an embarrassment to the devotees of art films and high culture" (Nandy, 1998:3). Nandy traça duas utopias que são mantidas, paradoxalmente, no passado e no futuro (a urbana e a rural) mas que estabelecem uma complementaridade como mediadores da política cultural indiana. O bairro degradado não como uma fatalidade, mas como um território de transição entre a aldeia e a cidade, o oriente e o ocidente, o *popular enquanto tradicional* e o *popular enquanto massificado*.

Historicamente, a formação do cinema indiano encontra um novo fôlego a partir de uma sociedade fragmentada pelos períodos da Independência (do Império Britânico), da Partição e da guerra Indo-Paquistanesa. De Nehru a Indira Ghandi, a Índia pode ser caracterizada através de dois elementos chave: as rápidas mudanças (urbanização; organização centrada nos grupos religiosos, étnicos ou políticos; emergência de novas classes) e a degradação das estruturas tradicionais de poder (lei e ordem feudais, casta e classe).

O materialismo conquistou o seu lugar na sociedade indiana à medida que a classe

média se foi desenvolvendo. Akbar Ahmed (1992) lembra que a renúncia à opulência nunca foi um tema dominante na tradição hindu, mas que o significado da deusa Lakshmi (símbolo da riqueza) ganhou um outro sentido com o apelo ao consumismo e ao desenvolvimento dos instrumentos do modelo capitalista. O VHS, por exemplo, colocou a indústria cinematográfica em alerta: a resposta tinha que acompanhar os desenvolvimentos técnicos da sociedade indiana que exaltava as possibilidades e benefícios do empreendedorismo, abria novos caminhos, promovia expectativas e uma interminável ambição.

O *boom* populacional respondeu a estas expectativas e o desenvolvimento urbano foi uma das suas faces visíveis. Este é um dos temas de *Musafir*, 1986, de Jabbar Patel - o suicídio ou o caminho sem sentido! Filmes como *Bobby* (1973) ou *Satyam Shivam Sundaram* (1978), de Raj Kapoor, traziam a sexualidade e o hedonismo, para as imagens e histórias. Mas não sendo um caso isolado, a questão do materialismo, segundo Akbar, precipitou a sociedade indiana numa crise moral e social (1992:297). *Sofrimento, frugalidade e moralidade* foram rejeitados enquanto elementos filosóficos. O revivalismo religioso depressa se tornou em fanatismo e intolerância. Politicamente, o B.J.P. (Bharatiya Janata Party, direita conservadora) ganhou terreno durante a década de 1980. Na televisão, séries como *Mahabharata* ou *Ramayana* mobilizaram milhões de espectadores.

O período romântico de Nehru passou e levou consigo as personagens passivas, gentis e respeitáveis do cinema. Os novos heróis queriam-se duros, imponentes e implacáveis - em grande medida, influenciados pelos gostos do Ocidente. Para este panorama também foi importante o jornalismo e a passagem das notícias sobre moda ou estilos das estrelas de cinema, a revelação dos escândalos sexuais ou de dependências do álcool e drogas. A sociedade reúne-se em torno da fragmentação e decadência.

As audiências dos filmes também espelham essas direcções: cinema de acção e violência vencem no box office. Anteriormente (décadas de 1950/60), as histórias relacionavam-se através do *herói* e da *heroína*. " The hero dominated the film and its mood.

The films reflected uncluttered, simple, but universal themes: love thwarted, purity triumphant, moral authority; slow climaxes, languid movements, the still life of traditional, rural India" (1992:298).

### **2.3- A Política Cultural da Indústria de Cinema Popular de Língua Hindi**

A categoria de filmes Bollywood associada ao cinema indiano é, antes de mais, definida como ideia síntese de um género cinematográfico: ele é, sobretudo, *popular* e *comercial* e, como afirma Vijay Mishra, "It is also the model for popular regional cinema and is in this respect closer to being an all-india cinema" (Mishra, 2002:3). Uma indústria que articula narrativas em torno de *experiências partilhadas* e que as transforma em ideias nacionais abstractas, uma cultura visual que gira em torno de figuras masculinizantes de uma Índia do Norte cuja língua central é o hindi. E também, neste sentido, a indústria Bollywood ou o cinema de Mumbai (o nome *Bombaim* deixou de ser considerado, oficialmente, em Novembro de 1995) surge como linguagem que acomoda as mais variadas histórias e imaginários que apelam a todas as classes, castas e geografias do subcontinente asiático. *Desejo* é também, num sentido literário e analítico, uma ideia fundamental quando se fala de cinema Bollywood (Prasad, 1993; Nandy, 1998). Se o cinema como técnica nasce de um contexto histórico marcado pela criação e experimentação científica e artística, a indústria do cinema popular Bollywood parece também consolidar-se num binómio de modernidade e tradição (Mishra:4).

Para Madhava Pasad, o cinema popular de língua hindi acompanha a linguagem de uma modernidade histórica indiana. Considera a autora, na obra *Ideology of the Hindi Film* (2011) que,

*"The developmentalist trajectory of the modern Indian State led to the advocacy of an*

*evolutionist aesthetic programme for the cinema, not only by state functionaries but by film-makers (including many who make the song-and-dance films) and intellectuals as well"* (Prasad, 2011:5).

Para Prasad, a *instituição cinematográfica indiana* inscreve-se em dois momentos centrais da história recente: por um lado, a formação do estado-nação e das suas lógicas de produção cultural. Depois, pelas relações estabelecidas num contexto do sistema capitalista global, em que o estado moderno e o cinema se confrontam, dependem e reinventam (Prasad, 2011:6).

Também em termos históricos, o desenvolvimento dos cinemas indianos acompanha o avanço das técnicas e da organização industrial e foi, desde o seu início, influenciado pela presença colonial britânica. A criação do primeiro cinematógrafo, em 1895, pelos irmãos Lumière teve um impacto quase instantâneo na comercialização dos primeiros equipamentos de projecção, como na abertura de salas de cinema dedicadas à exibição de filmes mudos, maioritariamente europeus. As primeiras imagens filmadas pelas mãos de M. Anderson encontram-se em películas como *Poona Races '98* ou *Train arriving at the Churchgate Station* (Cinemas da Índia, 1998:27). Em 1907, a Pathé, uma das grandes casas de produção francesa e, na altura, um nome maior na distribuição europeia de filmes americanos, inaugura em Calcutá a Pathé-India e abre uma delegação em Bombaim.

Alguns anos depois, a curiosidade gerada em torno deste instrumento visual conduz às derradeiras experimentações no campo da ficção. Em 1913, Dadasaheb Phalke, ainda sobre a égide de um cinema mudo e fortemente visual, recria a história mítica do príncipe Raja Harichshandra e brinda a história do cinema indiano com a sua primeira longa-metragem ficcionada. O sucesso que se seguiu a partir desse momento inaugural de Phalke ditou as potencialidades de um mercado cultural e artístico e de uma indústria embrionária: "entre 1913 e 1937, Phalke assinou mais de uma centena de filmes, genericamente nas áreas mitológica, épica e hagiográfica" (Cinemas da Índia, 1998:32). Criou a sua própria

distribuidora e estrutura de produção, a Phalke Filmes - que se tornaria a partir de 1918 na Hindustan Cinema Film Company - que passara a empregar técnicos, actores e atrizes e a consolidar o modelo de indústria que se desenvolveria mais tarde.

A decadência das obras mitológicas de Phalke deu-se com o aparecimento do cinema sonoro, e com aquilo que José Manuel Costa (Cinemas da Índia, 1998) designa pelos *géneros que introduziram a preocupação social e um desejo de maior realismo*, nas obras cinematográficas. Apesar do *filão mitológico* nunca ter perdido a sua presença nos cinemas indianos, os próprios estúdios de produção pretendiam explorar os temas realistas, também impulsionados pelas produções e narrativas do ocidente.

A história dos Estúdios Madan acompanha o trilhar comercial da indústria de Bombaim: J.F. Madan "controlava várias companhias teatrais em Calcutá, era dono de vasta cadeia exibidora de filmes, importava filmes e equipamento cinematográfico e negociava nos ramos imobiliário e dos seguros" (Cinemas da Índia, 1998:34).

Apesar de J.F. Madan lançar-se essencialmente como produtor e não como realizador, o que está aqui em causa é a criação de uma estrutura influenciada pelas suas ligações ao cinema europeu e americano, seja pela lógica de criação dos grandes estúdios ("uma larga cadeia industrial que unia numa só empresa os ramos da produção, da distribuição e da exibição cinematográficas" (Cinemas da Índia, 1998:34)), como pelas experimentações formais e artísticas (viragens e tintagens de película feitas por técnicos italianos, campanhas de promoção dos filmes, etc.) que permitiram abrir o campo das possibilidades cinematográficas, no processo de emergência dos vários cinemas indianos.

Para José Manuel Costa, até à introdução do cinema sonoro e à criação do Comité de Cinema Indiano, em 1927, as indústrias de cinema concentraram-se em figuras centrais como Dhirendranath Ganguly (1893-1978), D.K. Bose, Himansu Rai e Franz Osten, Chandulal Shah ou Baburao Krishmarao Mestri.

A relação entre Himansu Rai, produtor e actor, e Franz Osten, realizador alemão, foi

particularmente prolífica no sentido de introduzir novos processos de produção artística e de alargar a rede de relações comerciais:

*"O projecto consistia na junção de capital e da tecnologia germânica com algum investimento indiano e, sobretudo, com o cenário e os recursos ficcionistas indianos, além da colaboração de um famoso argumentista da altura, Niranjana Pal, e ainda da participação do próprio Rai e de atrizes indianas em papéis protagonistas"* (Cinemas da Índia, 1998:37).

Sendo estas dinâmicas de organização do campo industrial cinematográfico parte da história do cinema indiano, elas não podem deixar de estar associadas à consolidação das linguagens do cinema e à forma com as narrativas dos filmes se desenvolveram. Não pretendo traçar aqui um quadro completo da história dos cinemas indianos, mas apontar para numa importante direcção. Vijay Mishra (2002) levanta uma questão que estabelece a ponte para considerarmos a penetração da modernidade na sociedade indiana, através da linguagem do cinema: o melodrama como figura essencial da encenação e representação de textos surge, na Europa do século XVIII quando as performances teatrais passaram a ser acompanhadas através do canto e de instrumentos musicais. Diferentes formações teatrais tiveram lugar em França e em Inglaterra, mas o fim da economia feudal foi fundamental para que a questão do individualismo e da representação do corpo, num quadro burguês e pós-Revolução Francesa, ganhasse espaço para a encenação de narrativas assentes em corpos que Mishra descreve, com recurso ao significado inerente ao simbolismo do corpo atribuído por Peter Brook, como "hystericized and encapsulated in a narrative of impossible or unrealizable desire" (Mishra, 2002:38). A representação do real e a encenação da verdade não se opõem na ficção. Antes, elas acomodam-se ao longo de linhas culturais, que validam *uma verdade realista através de um excesso melodramático* (Mishra, 2002:39).

É também nesta direcção que se encaminha Madhava Prasad quando identifica o beijo

como imagem do desejo e da modernidade, nas imagens e narrativas do cinema popular hindi: “the kiss that seals the Christian marriage (Hegel’s ideal) and inaugurates a zone of privacy, thereby dissolving all other intermediate claims to authority over the family except that of the state, is the very same kiss whose representation is prohibited on the Indian screen, between Indian citizens” (Prasad, 1993:77). Nesta questão da representação do beijo, o significado de uma imposição de censura moral (e sem uma base legal ou jurídica) foi na direção de tornar aquilo que alguns afirmam ser cultural (a inexistência de beijos), afinal, *muito pouco cultural*.

No Período Pós-Independência, a preocupação do Board of Censorship (hoje, Central Board of Film Certification) eram as cenas com beijos – regra que tinha sido estabelecida sem acordo ou que estivesse explicitamente escrita:

*“The written rules prohibited ‘excessively passionate love scenes’, ‘indelicate sexual situations’ and ‘scenes suggestive of immorality’, all of which were derived from British code of censorship applied in Britain as well as (with modifications) British India”* (Prasad, 1993:72).

Esta questão está intimamente ligada com uma política cultural indiana que, sendo informal, se relaciona com o que pode ser representado na esfera pública da sociedade, sobretudo no que diz respeito ao corpo (e, especialmente, ao corpo da mulher), aos valores associados à família e à reprodução do núcleo familiar. A justificação *oficial* sugere a necessidade de manter o código cultural indiano, em que beijar configura um comportamento ocidentalizado. Como este princípio nunca foi utilizado em filmes importados do ocidente, a dualidade de critérios justificou-se com as audiências de um e outro gêneros de cinema e com o que foi sendo estabelecido informalmente, e ao longo de décadas, como o que pode ser mostrado e o que deve estar afastado da representação cinematográfica. Muito à semelhança do que já referi no capítulo anterior, sobre o filme *Dirty Picture*.

Neste sentido, e para Prasad, a vigilância inerente a este tipo de *iniciação sexual* pode ser interpretado como uma prática feudal de reconhecimento público das marcas de iniciação sexual do corpo feminino e que transparecem para o cinema. A questão formal do cinema popular de língua hindi surge igualmente quando olhada do ponto de vista narrativo. Para aquela autora, o romance que precedeu a ficção realista na tradição ocidental foi influenciado pelo teatro popular onde a comédia, música e dança se intersectavam com o texto. Na Índia, o teatro parsi integrou estes elementos, mas também os modelos de teatro ocidental introduzidos pelas elites coloniais britânicas. Segundo José Manuel Costa, "enquanto músicos de primeiríssimo plano se associavam a este tipo de espectáculo (trazendo a riquíssima e sofisticadíssima herança da música clássica), proliferavam as representações de carácter religioso e popular" (Cinemas da Índia, 1998:50).

O cinema sonoro, a partir da década de 1930, acabou por trabalhar estas influências gradualmente e estabelecer uma forma de cinema popular em que, ao melodrama e a um registo de comédia, se fundiam cerca de seis músicas e um conjunto de personagens-tipo. "Narrative closure usually consisted in the restoration of a threatened moral/social order by the hero" (Prasad, 1998:31).

Já na década de 1950, a cidade de Bombaim era o centro da indústria cinematográfica e os filmes mais populares eram falados em língua hindi – língua mais ou menos compreendida e falada pelo país. No artigo *Bombay Films: The Cinema as Metaphor for Indian Society and Politics* (1992), Akbar Ahmed escreve que a história moderna do subcontinente asiático torna difícil a distinção entre arte e quotidiano: filosofia política, valores e comportamentos sociais, discurso e padrões de moda são transpostos para o cinema e daqui, de volta à sociedade: "While articulating for us the ethos, dreams and dilemmas of society the popular cinema will also point to their changing nature" (Ahmed, 1992:289). Esta é uma perspectiva sobre a tentativa de consolidação da língua hindi como *lingua franca*, do estado moderno indiano e, em segundo lugar, da exaltação do cinema popular de Mumbai como

categoria essencializada de um cinema de cariz nacional. Segundo Ahmed, os períodos históricos de 1947 (ano da Independência Indiana) e de 1971 (Guerra Indo-Paquistanesa), foram aqueles em que a sociedade indiana mais sentiu a mudança. Em 1971, a estrutura política e militar paquistanesa foi esmagada e Indira Gandhi foi aclamada, pelo *The Economist* como a Imperatriz da Índia. " Where once critics resented India's posture of moral superiority, they now apprehended her growing military might and willingness to use it. The new Indian assertiveness is a reflection of the new middle class" (Ahmed, 1992:292). Esta nova classe propagou-se pela Índia e dominou os centros culturais e políticos nacionais, influenciando o rumo da *nação*.

O optimismo idealista e forte romantismo de Nehru que caracterizou a sua postura política, também se espalhou pelo *ethos* pós-Independência: "Indeed, the cinema industry basked under Nehru's patronage. He publicly encouraged and supported the stars (attending award-giving ceremonies, photographic sessions, etc.)" (Ahmed, 1992:292).

Para Akbar Hamed é através da figura de Nehru que encontramos no cinema, personagens carregadas de heroísmo consciente e bravura que falam de uma *nova era* e de uma *nova luz*, de amor, luta contra a opressão e injustiça, através da resistência pacífica como forma de encontrar a paz. Este é o discurso sobre a nação, *Bharat Mata* (Mother India), sobre o esforço de cada um e sobre a dignidade do trabalho. Raj Kapoor canta em *Jis Desh Men Ganga Behti Hai* (filme de 1960, realizado por Radhu Karmakar) o novo ideal que se alicerça no recém-formado território indiano e contamina a filosofia política popular, com sede em Delhi. E apesar da ascensão destas novas perspectivas, as músicas de maior sucesso cantavam ainda a melancolia e o fatalismo da condição social: os homens cantam a morte, as mulheres aceitando a injustiça e infelicidade.

Esta ligação entre as narrativas do cinema de língua hindi, na década de 1960, e a construção histórica e política pós-independência estabelece-se numa lógica de coesão social, de unificação nacional e de identidade cultural. Maya Ranganathan discute esta perspectiva à

luz dos textos presentes na Constituição Indiana (reformulada após a Independência), afirmando que,

*"The changes in political thought in India since Independence have led to a redefinition of Indianness and even Indian citizenship. Although the fundamental fabric of the Constitution advocating unity in diversity within the state has remained intact, the advent of globalisation has resulted in visible, invisible, intentional and accidental changes in political thought"* (Ranganathan, 2010:43).

É, também, neste sentido que a definição das fronteiras e políticas do Estado-Nação intervêm na configuração cultural do cinema e das suas linhas narrativas. Não apenas a identidade cultural indiana é projectada através dos seus filmes (Rao, 2008:58), como o seu investimento e exportação de produtos gera lucros milionários, quer aos agentes económicos, quer aos governos. No caso do cinema Bollywood, Pillania descreve a relação entre Estado e indústria como uma forma de *soft power* (Pillania, 2008:120), em que o cinema funciona como uma indústria cultural global que atrai investimento em tecnologia, em visibilidade externa e em poder económico.

É nesta direcção que aponta Jigna Desai, quando afirma que as últimas décadas da história indiana foi marcada não apenas pelo aumento da circulação de pessoas e mercadorias culturais (*commodities*), como também a implementação de novas tecnologias de comunicação permitiram o acesso e consumo exponencial de filmes, músicas e programas de televisão dentro das fronteiras indianas, mas sobretudo fora delas:

*"With the growth of cable, VCR, DVD, and now satellite television South Asian diasporas initiated the showing of Hindi, Tamil and other vernacular-language films on television and movie theaters to wide audiences"* (Desai, 2004:40).

Articulando estas diferentes ideias de consolidação histórica e de política cultural dos filmes de língua hindi podemos então observar que a emergência e desenvolvimento do cinema como criação técnica não foi um projecto apenas regional, centrado em Mumbai, mas que se propagou um pouco pelas várias regiões, com um efectivo destaque para a língua hindi que funcionou (e ainda funciona) como a *lingua franca* do Estado Indiano. Em segundo lugar, as estratégias de produção cinematográfica do filme hindi fundam-se em configurações divididas entre o realismo e o melodrama, que Madhava Prasad designa por *romance familiar feudal* (Prasad, 1998:64), onde as estratégias narrativas ocidentalizadas, sobretudo através do cinema europeu, se fundem com as tradições culturais, simbólicas e linguísticas do teatro parsi, às narrativas em sânscrito; dos mitos populares às grandes narrativas religiosas hindus.

Finalmente, a globalização do cinema de língua hindi e o aparecimento de um produto cultural híbrido designado por Bollywood, no final da década de 1990 e início de 2000, transporta as indústrias culturais, e o cinema em particular através de uma economia transnacional. Nesta lógica, bens, pessoas e serviços circulam entre as ideias de pertença cultural, nacionalidade ou identidade; formam audiências e são chamadas a participar numa noção de cultura mediada pelos meios de comunicação contemporâneos. As comunidades da diáspora indiana (ou do sudoeste asiático) são, também, os destinatários destes novos produtos culturais e a sua contextualização num plano marcado pelo desenvolvimento tecnológico e económico, ajuda a enquadrar a indústria de cinema Bollywood como um produto que é fruto da história contemporânea.

### 3. O *Bairro* Como Metáfora, a Índia Como Referência: Interpretações Sobre a Modernidade e a Nação

Até aqui tenho vindo a falar sobre a forma como os filmes de língua hindi podem ser integrados como elementos de uma *zona de debate cultural* (Desai, 2004:9), que se encontram ancorados na configuração da indústria cinematográfica actual, do desenvolvimento da história do cinema indiano e sobretudo nos fenómenos de globalização cultural e tecnológica. Tenho também dado alguma importância ao modo como as ciências sociais (e não apenas a antropologia) constroem as suas leituras sobre imagens, narrativas e lógicas discursivas.

Interessa-me agora olhar para a forma como este género cinematográfico, com todas as particularidades que fui focando, ocupa o seu lugar na cidade de Lisboa. E porquê a cidade de Lisboa? Que especificidade esta, perante uma indústria cinematográfica que não se manifesta enquanto *cultura pública* local (Kumar, 2010), para além de festas organizadas por membros da comunidade hindú a residir na cidade e na sua malha envolvente ou por organizações de cursos de danças clássicas indianas ou danças Bollywood? Em conversa com Mayush Kumar, um dos meus entrevistados, proprietário de uma loja de produtos asiáticos, a questão dos filmes indianos não terem uma sala própria para exibição ou os filmes não poderem ser distribuídos nas salas de cinema da cidade de Lisboa - e, logo, não ter uma visibilidade notória - é atribuída ao fenómeno da pirataria informática, que desvia os filmes das atenções dos circuitos de distribuição oficiais, inviabilizando o potencial ganho dos exibidores (as salas de cinema), e, assim, consolidarem públicos e lucros. E, em relação à pirataria, Mayush é claro: os filmes de cinema devem ser assistidos numa *sala*, seja ela de cinema, através do pagamento de um bilhete; ou na sala de estar através da compra de um DVD legal. Para Mayush, se não existe um circuito lisboeta de cinemas populares indianos, isso deve-se à partilha ilegal e à compra de DVD pirata.

Esta é uma questão interessante mas paradoxal, dado que as receitas de bilheteira são

apenas uma parcela da recuperação do investimento na produção cinematográfica. Para além disso, a partilha de ficheiros, entre os quais se encontram os filmes indianos, não é menor fora de Portugal<sup>3</sup>, para além da multiplicidade de plataformas que hoje existem para visionamento de filmes: na internet, sistemas de pay-per-view, nos *smart-phones* e *tablets*. Uma das particularidades do contexto cinematográfico português não parece estar na impossibilidade de distribuição dos filmes indianos devido ao fenómeno da pirataria, mas antes na crescente diminuição das receitas das bilheteiras, fenómeno que já tinha referido anteriormente; e, no aumento das vendas de filmes em DVD.

A compreensão deste fenómeno vai além do alcance deste trabalho, não obstante a consolidação do cinema americano no mercado português, quer através das receitas de bilheteira, quer dos títulos que dominam a venda de DVD. Apesar dos números avançados por organismos como o I.C.A., os filmes indianos não deixam de estar presentes nas vidas e nas memórias daqueles que são os meus interlocutores neste trabalho.

Outra das minhas informantes para este trabalho, Kanushi Desai, avança uma explicação alternativa para a inexistência quer de um roteiro de distribuição em Lisboa, para filmes produzidos na Índia; quer de um público que pudesse acompanhar a criação e consolidação de salas de cinema e respectivas exhibições. Para Kanushi, a crise económica dos últimos quatro a cinco anos tem levado muitos membros da comunidade indiana e hindú, a procurarem melhores condições de vida em países como o Reino Unido. Para ela, parte dos eventuais investidores num projecto de distribuição ou exibição cinematográfica terão procurado melhores oportunidades noutros locais e, também, com a proliferação de alternativas tecnológicas perde força a necessidade de assistir a cinemas indianos, em sala. É também esta a percepção transmitida por Dhimante Cundanlal, outro dos meus interlocutores neste trabalho e actual administrador do Cine-Estúdio 222. Apresentá-lo-ei mais à frente.

---

<sup>3</sup> Consultar artigo da International Federation of the Phonographic Industry em [http://www.ifpi.org/content/section\\_resources/dmr2012.html](http://www.ifpi.org/content/section_resources/dmr2012.html)

Tendo por base particular o caso português, o último estudo da OCDE (2012) sobre os fluxos migratórios corrobora esta percepção dos movimentos de pessoas da comunidade indiana e hindú<sup>4</sup> - apesar da profundidade dos dados não ser clara: o relatório refere que são levando em conta diferentes categorias de evolução da população, que nada permitem concluir em termos de filiações étnicas ou religiosas. A título de exemplo, e com base numa pesquisa através da internet, é possível aceder ao recenseamento eleitoral levada a cabo pelo Ministério da Administração Interna em que se atribui a existência de 1687 cidadãos estrangeiros de origem indiana. Por seu turno, segundo descreve Jorge Malheiros, a constituição de uma comunidade indiana e hindu em Portugal ronda as 9 mil pessoas, sendo que estas se concentram, sobretudo, na Área Metropolitana de Lisboa (Malheiros, 2008:146). Também o Instituto Nacional de Estatística refere que, com base nos Censos de 2001, existem 1571 pessoas de nacionalidade indiana a residir em Portugal; 6639 pessoas de nacionalidade indiana e 4894 de nacionalidade portuguesa e naturalidade indiana. Já o sítio na internet designado por Supergoa.com. estima que cerca de 70 mil pessoas de origem indiana vivam em Portugal - números que não andam longe dos avançados pelo *Report on High Level Committee on Indian Diaspora* (elaborado pelo Ministério de Negócios Estrangeiros da Índia), de 65 mil pessoas de origem indiana (P.I.O) e 5 mil que possuem passaporte indiano (N.R.I.).

Em todo o caso, o que importa para este trabalho não é a questão quantitativa, até pela problemática que isso suscita: grande parte das pessoas que são meus entrevistados ou que partilham da configuração de uma comunidade indiana e hindu têm nacionalidade portuguesa, o que anula a interpretação dos dados com base no recenseamento eleitoral.

Neste capítulo importam, antes, os aspectos em torno da delimitação do espaço urbano e da visão das pessoas que o habitam. Neste contexto, uma história da cidade de Lisboa

---

<sup>4</sup> Consultar em <http://www.oi.acidi.gov.pt/modules.php?name=News&file=article&sid=3303>

contemporânea também se narra através de uma memória associada ao cinema e a todos quantos a transportam. Kanushi Desai tem vinte e seis anos e fala da importância das pessoas da sua comunidade: neste caso, fala-se de uma comunidade indiana e hindú com origem em Diu e cujas castas se estabelecem ao nível do comércio, não apenas na cidade de Lisboa, como um pouco pelo país. Kanushi recorda que, na década de 1990, os seus vizinhos ao regressarem da Índia traziam cassetes VHS e, posteriormente, DVD's de filmes indianos (e não apenas filmes Bollywood), que eram alugados e trocados, no seio da comunidade. Estes fluxos reforçavam a importância da rede de relações familiares e comunitárias que remontam ao tempo em que a vida de Kanushi e da sua família se estabelecia no desaparecido bairro da Quinta da Holandesa, no Vale do Areeiro. Kanushi vive no bairro do Armador, na freguesia de Marvila. Este local acolhe, actualmente, parte dos habitantes dos vários bairros degradados, que surgiram no Vale do Areeiro, após a Revolução de 25 de Abril de 1974 e a consequente independência de Moçambique. No bairro do Armador vive uma parte significativa da comunidade indiana, cujas origens se traçam ao estado indiano do Gujarat ou com anteriores ligações a um Moçambique colonial.

Em termos históricos, a fixação desta comunidade está amplamente documentada através da literatura antropológica, tendo sido o período da descolonização portuguesa em Moçambique e as dinâmicas políticas moçambicanas, da década que se seguiu, que serviram de mote para a escolha de Portugal como destino de migração. Diz Jorge Malheiros que,

*"Se goeses e ismaelitas concentraram as suas chegadas no período 1974-76, o número de hindus entrados em Portugal nesta altura é inferior ao que se verificou nos anos subsequentes, com destaque para o ciclo 1982-1984. Num primeiro momento deslocaram-se os indivíduos mais abastados (comerciantes ismaelitas, muçulmanos e hindus) e as pessoas que tinham ligações mais fortes à administração e à cultura portuguesas (os goeses). Como a comunidade hindu apresentava uma relevante diversidade social interna, muitos indivíduos*

*menos abastados, com um importante enraizamento local e conscientes da proximidade geográfica de Diu, espaço com que mantinham importantes relações, decidiram manter-se em Moçambique. Com o passar do tempo e o agravar da situação político-económica, que não facilitava a pequena iniciativa privada individual e deixava muitos hindus receosos de eventuais abusos de poder perpetrados pelas instituições moçambicanas, foi-se fortalecendo a vontade de partir, que se materializou, de forma visível, no máximo de saídas de 1982-84, quando as populações hindus foram acompanhadas por muitos muçulmanos de origem indiana" (Malheiros, 2008:146-147).*

Para este autor, o processo de migração das populações de origem indiana, para Portugal, passou por três fases: num primeiro momento, caracterizado pela saída de pessoas mais abastadas e com fortes ligações à administração e cultura portuguesas; num segundo momento, todos aqueles que mantiveram importantes ligações comerciais a Diu, nomeadamente pequenos investidores privados; e, numa terceira fase, na segunda metade da década de 1980, marcada pela migração laboral, pouco qualificada, directamente de Diu (2008:147).

É no decorrer deste processo de fixação de novas populações na cidade de Lisboa, e da dificuldade do Estado em activar políticas de habitação na cidade, durante as décadas de 1970 e 1980 que se formam três maiores bairros que albergam as populações vindas de Moçambique e, posteriormente, Diu e da região do Gujarat. Nestes bairros predomina a comunidade indiana hindu localizando-se o maior bairro, na freguesia de Santo António dos Cavaleiros, situado no concelho de Loures (Cachado, 2011:421). É aqui que se situa, também, o Templo de Shiva, um dos locais de culto da religião hindu, cuja construção se iniciou em 1991 tendo sido terminada dez anos mais tarde. Este foi o segundo templo hindu a ser construído no distrito de Lisboa: em 1985 iniciaram-se as obras de construção do Templo Radha-Krishna, na freguesia do Lumiar (Lourenço, 2010:4).

Outro dos bairros de Lisboa onde a comunidade indiana hindu se fixou foi o já referido Bairro do Armador, na freguesia de Marvila. Este é um bairro de habitação social fruto do realojamento iniciado em 1995 e concluído em 1999, de população oriunda de bairro de casas pré-fabricadas do Bairro do Relógio e de bairros precários localizados em freguesias vizinhas: Quinta da Montanha, Quinta dos Cravos, Quinta Marquês de Abrantes, Azinhaga das Teresinhas e Pote d'Água, Quinta das Flamengas, Quinta do Levy e Quinta da Holandesa<sup>5</sup>.

É também no distrito de Loures, e à entrada de Lisboa, que se situa o bairro da Quinta da Vitória, entre o Aeroporto de Lisboa, a freguesia da Portela e a antiga Estrada Militar. Também aqui a comunidade indiana e hindu foi-se estabelecendo, ampliando o espaço utilizado décadas antes por migrantes do norte de Portugal, dando-lhe a cor e a "aparência de uma cidade do Gujarat" (Cachado, 2008:41). Segundo Rita Cachado, os factores ligados à informalidade da economia, no seio da comunidade indiana; e às políticas de realojamento municipais, em que estas comunidades se inserem; para além das fortes redes de relações entre os membros da comunidade indiana levam a que estes bairros (Santo António dos Cavaleiros, Armador e Quinta da Vitória) estejam em permanente mudança. No caso do bairro da Quinta da Vitória diz a autora que,

*"In June 2002, 30 families were relocated in a social housing estate close to Quinta da Vitória. Other families (around 150) had different destinations. The resettlement process did not come to an end, and therefore some families chose to migrate to the U.K., following the*

---

<sup>5</sup> A referência é retirada da memória descritiva daquela área do Areeiro e pode ser consultada em <http://www.gebalis.pt/site/html/armador.html>. No entanto, o estudo de Susana Pereira Bastos é uma opção mais detalhada e fidedigna para conhecer a evolução das populações que se fixaram na antiga Quinta da Holandesa, nomeadamente das comunidades indianas que ali se estabeleceram após a Independência de Moçambique. Para mais informações ver Bastos, Susana Pereira. 1990. A Comunidade Hindu da Quinta da Holandesa, um estudo antropológico sobre a organização sócio-espacial da casa, Grupo de Ecologia Social, LNEC, Lisboa

*diaspora trend (Bastos 2005); other families accepted compensation from the landowner in order to move; and others stayed at Quinta da Vitória, since the landowner's need to build there was never definitive. Living with this uncertainty for almost two decades led some families to discover their own ways of adaptation, including informal economies, among other informal strategies" (Cachado, 2011:424).*

Em termos teóricos, as questões levantadas pela antropologia urbana são úteis para interpretar a cidade a partir das suas manifestações internas, do seu crescendo cultural e das relações que se estabelecem nas suas ruas, casas e bairros. No artigo *As Cidades fazem-se por Dentro: Desafios da Etnografia Urbana* (Cordeiro, 2010), Graça Índias Cordeiro levanta a questão de como determinado objecto de estudo, situado e enquadrado no espaço urbano, se define enquanto dinâmica particular da cidade, como a rua ou o bairro são seus constituintes e como a multiplicidade de escalas de análise permitem constatar diferentes pontos da vida quotidiana. Do particular também se configura uma compreensão alargada das dinâmicas urbanas. O olhar de perto e o olhar de fora, as etnografias sobre as sociabilidades delimitadas, as análises da contemporaneidade centrada no indivíduo e na fragmentação das redes sociais apresentam-se como possibilidades de compreensão das relações que ocorrem na cidade. A autora apresenta o percurso teórico da antropologia urbana: das propostas iniciais de investigadores da sociologia urbana americana designada por *Escola de Chicago*; da antropologia social britânica, por intermédio da produção do Rhodes Livingstone-Institute; ou das configurações contemporâneas por intermédio de autores como Michel Agier, Ulf Hannerz ou John Gulick. As contribuições destes autores e o desenvolvimento teórico da antropologia urbana suscitam a seguinte ideia:

*“O ponto de partida [para a reflexão em torno dos fenómenos urbanos] deve ser o dos lugares em que os indivíduos se inserem, que deixam ver a vida citadina pelo lado de dentro,*

*fazendo surgir uma imagem da cidade mais familiar, mais relacional, mais cultural, como produto da observação antropológica: feita da descrição das práticas, das situações e das interações de cidadãos diferenciados” (Cordeiro 2010:115).*

Para além deste processo de identificação do lugar, como o espaço em que os indivíduos estabelecem as suas relações, surge também a necessidade de construir a inteligibilidade do conhecimento antropológico. Para Graça Cordeiro, as etnografias centradas na cidade ganham quando a definição da *entidade* (“um lugar, uma situação, uma rede social”) é descrita e narrada num ponto de encontro entre aquilo que são os termos de quem investiga e da linguagem antropológica; e a visão daqueles que investiga e que transmitem a sua *leitura da realidade*.

Entendo a necessidade de trazer a este capítulo a questão urbana dado ser a cidade o pano de fundo deste meu trabalho, tanto como o é para a delimitação de uma modernidade trazida para as imagens do cinema. Reflectir sobre a particularidade quase invisível que é o cinema indiano e mais concretamente os filmes Bollywood implica o enfoque sobre uma população que constrói a contemporaneidade existente na cidade de Lisboa, nomeadamente através dos usos que fazem das novas tecnologias. As comunidades que integram a diáspora indiana também constituem a cidade e, como tal, também as suas referências culturais devem ser tornadas conhecidas no âmbito da esfera pública e do conhecimento antropológico.

## **4. A Cidade de Lisboa: Da Sala de Cinema à Sala de Estar**

### **4.1 - O Recente Caso 222**

O Cine-Estúdio 222 é, actualmente, um conjunto de galerias comerciais relativamente devolutas, na Av. da Praia da Vitória, na zona do Salanha. Esta é uma zona central da cidade de Lisboa, de onde partem importantes eixos da cidade como a Avenida da República ou a Av. Fontes Pereira de Melo; onde se situam cafés e restaurantes históricos como o Galeto ou a Pastelaria Versailles; próximos de centros comerciais como o Atrium Saldanha ou o Monumental, perto de importantes nós da rede de metro, faculdades e jardins.

Visto assim, o Cine-Estúdio 222 surge como que um núcleo que é parte de uma malha maior. O urbanismo é parte integrante do plano de Ressano Garcia, o valor imobiliário amplamente especulado apesar de falarmos de uma zona francamente debilitada, em termos residenciais. A envolvente da Av. Praia da Vitória torna-se um buliço laboral durante o dia, graças às empresas de seguros ou de serviços financeiros. Durante a noite, as ruas são preenchidas por noctívagos que se movimentam entre aos centros comerciais locais, o cinema Monumental ou as galerias comerciais da Praça de Touros do Campo Pequeno. O comércio anima as ruas.

Esta é, também, uma zona da cidade que tem vindo a alterar o seu comportamento na última década e meia. A história do Cine-Estúdio 222 está ligada, não com a particularidade do seu comércio e das suas lojas, mas com a sua sala de cinema, que existe desde 1978. Um dos actuais administradores do Cine-Estúdio 222 é Dhimante Cundanlal. Foi através dele que esta sala teve algumas das últimas projecções de filmes do cinema popular de língua hindi, na cidade de Lisboa, e que permitiu conservar na memória recente de bastantes espectadores as projecções de filmes Bollywood. Para isso também contribuiu a ligação que estabeleceu com a associação cultural Zero em Comportamento, entre 2001 e 2003. Aqui se projectavam ciclos

de cinema de várias origens e períodos, durante a semana, tendo o cinema Bollywood o seu lugar cativo ao fim de semana.

A sala ocupou assim um importante lugar de divulgação de cinema e de formação de diferentes públicos. Se, durante a semana, as projecções da Zero em Comportamento preenchiam o cartaz com uma orientação marcadamente *independente*; ao fim de semana, conta Dhimante, vinham famílias inteiras ver algumas das novidades que eram lançadas pela indústria cinematográfica indiana, e que chegavam via Londres.

Houve aqui um aspecto importante que o Cine222 tentou materializar: agregar num mesmo espaço as três comunidades indianas a residir em Lisboa (hindu, muçulmana e ismaelita). Para Dhimante, durante o final da década de 1990 e o início da década de 2000, o cinema funcionou como local de encontro e de divulgação da cultura indiana. A projecção cinematográfica é aqui entendida como uma importante forma de juntar os espectadores, nos aparentes laços culturais que os unem, mas a questão que se sobrepõe ao ser espectador é a necessidade de sustentar a estrutura que permitia a Dhimante Cundanlal adquirir as películas, legendá-las e projectá-las para uma sala pública.

Do seu ponto de vista, a projecção de filmes Bollywood representa um investimento dispendioso e a sua percepção sobre o que pode interessar a um público europeu difere do género de filmes que podem encher uma sala, na Índia: "aqui, as pessoas são mais selectivas, depende dos actores, do produtor e sobretudo das músicas". As histórias dos filmes também têm que manter um nível de descodificação para que os espectadores queiram ver os filmes, em sala.

Esta questão é interessante pelo facto de se relacionar com dois aspectos da realidade lisboeta, mas em dois momentos temporais distintos. Por um lado, a venda de bilhetes para a comunidade indiana não permitia a sustentabilidade das projecções regulares do Cine222, dada a proliferação de lojas que vendiam cópias DVD's dos filmes originais, o que levava as pessoas a não irem ao cinema porque já tinham visto o filme. Em segundo lugar, a projecção

de filmes indianos, actualmente, é lançada para um plano quase mítico (senão mesmo místico!) devido ao desafio que é esperar retorno financeiro de uma actividade que depende das receitas de bilheteira, mas que encontra na partilha de ficheiros através da internet o seu maior desafio.

Dhimante olha hoje para a sala de cinema do Cine-Estúdio 222 como uma glória do passado, que não voltando atrás no tempo, pode ainda alcançar uma digna prosperidade. A sua vida profissional ligada à exibição de filmes começou em Moçambique, foi interrompida pela independência do país e apenas retomada já na década de 1990, no espaço que ainda gere. No entanto, o cinema, as técnicas de projecção, as estruturas tecnológicas e sobretudo os públicos alteraram-se de forma radical. As salas de cinema concentram-se hoje nos centros comerciais, com os distribuidores e exibidores a projectarem filmes que possam corresponder a uma evidente receita de bilheteira. A cidade e os seus habitantes também se alteraram de forma evidente, nas últimas duas décadas e a forma como a ascensão e o declínio de uma sala de cinema pode testemunhar esse movimento revela algo interessante sobre aquilo que também é o *cinema*: a cadeira em que o espectador se senta faz igualmente parte da magia do som, da imagem e da narrativa do cinema.

Também do ponto de vista de Dhimante, a exibição cinematográfica de filmes indianos transformou-se num processo difícil de acompanhar devido aos custos que acarretava. A compra de películas tem necessariamente que gerar um retorno financeiro, que a realidade do Cine222 não permitiu concretizar, de uma forma continuada. Esse processo iniciava-se através de contactos informais com pessoas que tinham anteriormente adquirido os direitos sobre os filmes, em países como o Reino Unido, que cediam as bobines dos filmes após algum tempo de estreia noutras salas - o tempo suficiente para gerar a receita de investimento inicial. Após esse período, o filme é cedido a outros interessados que, o rentabilizam ou adquirem por um valor negociável.

A questão que Dhimante lembra é que, em alguns casos, a exibição dos filmes no

Cine222 implicavam a legendagem em língua portuguesa (que consiste na impressão de legendas, na própria película) e depois desta legendagem, se o filme não tivesse gerado as esperadas receitas tornar-se-ia numa película que já não poderia ser negociada devido ao texto em português. Imaginando que o exibidor tivesse oportunidade para revender o filme para ser exibido numa sala de cinema de um outro país, a película já teria gravadas as legendas em português e inviabilizaria uma nova legendagem, numa outra língua.

Actualmente a lógica de organização da indústria cinematográfica pode ser descrita através das palavras da página de internet [www.indianfilmtrade.com](http://www.indianfilmtrade.com):

*India boasts of about 13,000 theatres enjoying a weekly admission of about 100 million people or 5000+ million per year. Distributors are the last link in the movie chain which take films to the people. Although distribution and exhibition are the end points in the value chain of the film business, they are of utmost importance because "goofing" up at this stage means that the film, however well made, will be a flop at the "Box Office". (...) Digitalization has the potential to bring in the desired savings and drive up profits substantially. Typically a distributor buys rights for a 'territory' and recovers costs from the exhibition of the film. The distributor buys into the risk with the producer. Today, before a film is released, no distributor knows the fate of the movie. Copies are made based on a guesstimate and the stakes are high. The copies are sent to various distributors in the country, who in turn rent them out to theatre owners. If the estimate goes awry, all that the theatre owner, the distributor or the producer can do about it is grin and bear the costs.*

Sendo então a *exibição*, o último elo do percurso de um filme até chegar ao espectador, este é então tido como um momento fundamental para a concretização de receitas. Ora, tendo em conta que aquela concepção (que é a concepção dominante do mercado cinematográfico) é avançada pela empresa que mantém a página [www.indianfilmtrade.com](http://www.indianfilmtrade.com), a

Mukta Arts Limited, uma empresa pública com cotação em bolsa e que estende o seu ramo de actividade pelos sectores da educação e da produção, da distribuição à exibição; entendo que uma sala como o Cine222, e mesmo o mercado português, não se apresenta como um mercado atractivo para rentabilizar investimentos que se situam nas dezenas de milhares de euros. Para além disto, surge a necessidade de modernização dos equipamentos e das estruturas da sala de cinema devido à forma como são actualmente distribuídos os filmes: a impressão de película é um processo cada vez mais dispendioso e em alternativa opta-se pela oferta de cópias em formato digital, com os custos que a conversão dos sistemas de projecção e som convencionais implicam. Outro factor, que a lógica comercial estabelece para a exibição em sala é a integração no sistema de promoção de determinados filmes e a forma como o público os recebe, antecipadamente. Quer isto dizer que o acesso através de partilha pública de ficheiros de filmes, na internet, que acabam de estreiar em sala pode ditar o sucesso (ou o insucesso) desses mesmos filmes. Pode ler-se em [www.indianfilmtrade.com](http://www.indianfilmtrade.com) que "other disadvantages of physical distribution are because of the high costs of making excess prints and because of the physical nature (rather than digital nature) of prints people in remote corners of the country deprived of seeing a hit film till the print is available for them. Further, if a movie is a *flop* then because the film is not simultaneously released (because of the physical nature of prints) all over the country at the same time bad publicity may spread and therefore no one may want to see the movie" - o que é uma questão interessante e que o próprio Dhimante refere como fonte da falta de receitas para rentabilizar os filmes trazidos até à sala do CineEstúdio 222.

Neste momento, esta sala encontra as suas portas fechadas há cerca de seis anos devido à necessidade de obras na cobertura do telhado do edifício - processo que se encontra a aguardar decisão de um tribunal, sobre o apuramento de responsabilidades. Sem estas obras feitas, a Câmara Municipal de Lisboa não emite a respectiva licença de utilização do espaço e com a passagem do tempo e dos sucessivos Invernos a sala tenderá a degradar-se. No ano de

2005, Dhimante investiu algum dinheiro em novas cadeiras, mas logo a seguir a cobertura do tecto da sala foi alvo de uma intervenção mal realizada e que inviabilizou a sua reabertura. Os equipamentos da sala de projecção estão cobertos por plásticos por forma a minimizar o impacto da água que corre do tecto e ainda há películas carregadas no interior do projector.

A sala de cinema parece ter ficado em suspenso. À semelhança do tom descrente que sinto nas palavras de Dhimante, quando me fala do futuro do Cine-Estúdio 222. A necessidade de revitalizar a sala e de projectar filmes mantém-se. No entanto, existe um certo desgaste e desilusão nas palavras de Dhimante. "Os meus projectores estão prontos", diz-me. As obras aguardam a decisão do tribunal, as cadeiras aguardam o público. Quando questionado sobre a hipótese de alienar a sala de cinema e as próprias galerias comerciais a resposta é rematada com alívio: "isso seria o ideal"! A crise económica pela qual atravessa Portugal, afastou as pessoas de determinados investimentos e as salas de cinema transportam igualmente este momento histórico. Para além disso, o desafio tecnológico imposto pela internet, pela partilha de ficheiros e de filmes e também pelas exigências dos distribuidores cinematográficos internacionais levam a que o negócio da projecção de filmes implique um grande risco financeiro, que estruturas frágeis como a que Dhimante Cundanlal gere não estejam dispostas a assumir.

#### **4.2 - O Cinema, Através de Satélite, na Televisão ou no *Smart-Phone***

A experiência do cinema, de um ponto de vista do espectador cinéfilo, passa necessariamente pela sala de cinema. A história e a economia do cinema desenvolveram-se no pressuposto que os filmes são projectados numa sala ou espaço com características próprias para a projecção de imagem e som. Da mesma forma que a linguagem do cinema e da televisão não se confundem, no pensamento estético e político de um realizador. Diz Jean Luc Godard, numa entrevista ao eurodeputado e jornalista francês Daniel Cohn-Bendit: "je vois

qu'il y a des films, il y a de la télévision, il y a encore de la littérature, il n'y a plus de peinture, seulement des dispositifs, et c'est faible"<sup>6</sup>. Para Godard, a reflexão do cinema não se confunde com o telejornal da noite. Os seus filmes formam-se na crítica e no ensaio estético sobre o mundo. Da mesma forma que para Satyajit Ray, realizador basilar da cinematografia indiana, o cinema "in the immense complexity of its creative process, it combines in various measures the functions of poetry, music, painting, drama, architecture and a host of other arts, major and minor" (1976:19).

Não quero com isto fazer a apologia da *Verdade* do cinema, mas muito simplesmente constatar uma ideia que tem vindo a ser determinante nas últimas décadas, no que diz respeito à forma como o cinema e os filmes têm vindo a ser reconfigurados, em novos planos tecnológicos e que conferem novas utilizações e interpretações, por parte dos espectadores e das sociedades em que se implementam. É, neste sentido, que os desenvolvimentos que relançam as potencialidades da televisão têm-se revelado essenciais para a forma como o cinema está presente, na sociedade contemporânea. A televisão digital terrestre, a televisão por satélite ou a internet na televisão são exemplos dessas potencialidades. O nível de interactividade e criação com recurso à televisão, pelo menos no que diz respeito às plataformas portuguesas, começou há pouco tempo a ser explorado. O caso *do MEO Kanal* é um caso de como uma pessoa que subscreva o serviço de televisão por cabo da MEO, pode desenvolver e promover conteúdos audiovisuais e partilhá-los, no seu próprio canal de televisão. Para isso, terá que subscrever o serviço do operador de televisão por cabo, ter acesso a um computador por forma a que conteúdos do canal possam ser criados, desenvolvidos e editados. Sabendo o número do canal, na grelha de programas, qualquer subscritor dos serviços da MEO pode assim ver o *meu* canal de televisão. Algo impensável há não muito tempo atrás. Da mesma forma que os filmes, a televisão e a internet podem ser

---

<sup>6</sup> A entrevista pode ser lida na íntegra em <http://www.telerama.fr/cinema/jean-luc-godard-a-daniel-cohn-bendit-qu-est-ce-qui-t-interesse-dans-mon-film,55846.php>

consultados no telefone, em qualquer parte em que o sinal de rede 3G esteja disponível.

A existência destas plataformas obriga a questionar a experiência do cinema, do ponto de vista do espectador, pelo que esta deixa de se circunscrever à sala de cinema e passa a desdobrar-se para qualquer lado, que esteja ao alcance de um dispositivo móvel, uma ligação à internet ou um serviço de televisão por cabo ou satélite. Ver cinema pode então traduzir-se pela expressão de *ver um filme* ou simplesmente de *ir ao cinema*. A experiência do cinema decorre do seu espaço, mas também do *meio* em que acontece. *Ver um filme* não é, hoje em dia, sinónimo de *ir ao cinema* porque os filmes estão em toda a parte. Seja a televisão, um smart-phone com acesso à internet, uma biblioteca ou um avião. Como afirma John Durham Peters "mass-mediated symbols violate the notion that place collects an integrated culture. They travel to you electronically or by other space-collapsing means and via rationalized systems of marketing and distribution (...) They testify less to the global variety of human practices than to the world-wide reach of economic, political, or religious empires" (Peters, 1997:10). A cultura visual emerge na sociedade moderna e na modernidade e o acesso aos meios tecnológicos determinam a participação num sistema global de significados, em que o cinema, a televisão e a internet ocupam posições de relevo na vida quotidiana.

O mesmo se passa com o cinema Bollywood e com a forma como as comunidades de diáspora acedem a entretenimento e informação, relacionados com o subcontinente indiano. Ao longo do meu trabalho de campo e das minhas conversas com os meus interlocutores, as perspectivas confluem em várias direcções, dependendo da posição de onde se olha. Para Kanushi Desai, moradora no Bairro do Armador, assistir aos canais indianos, via televisão por satélite, é uma das formas de seguir programas de televisão como o Dance India Dance (D.I.D.). Neste caso, um dos programas com maior sucesso de audiências na Índia e foras das suas fronteiras. A informação disponível na internet sobre D.I.D. é variada. De vídeos com as prestações dos participantes no Youtube, a referências no "Hindustan Times", a páginas de fãs no "Facebook". Este pode ser descrito como um eixo onde circula a informação e o

entretenimento.

Obviamente, D.I.D. tem sítio próprio, na internet, onde todo o tipo de conteúdos relativos ao programa é disponibilizado livremente. O programa começou a ser transmitido no fim de Janeiro de 2009, estando, nesta altura, na terceira temporada de episódios. Sempre com um sucesso de audiências assegurado pela transmissão por satélite, para além do subcontinente asiático, para o Reino Unido e para os Estados Unidos da América. No site oficial do programa podemos ler que o canal, "the flagship channel of Zee Network was launched in October 1992. With a reach of more than 120 countries and access to more than 500 million viewers globally, Zee TV has created strong brand equity and is the largest media franchise serving the South Asian Diaspora. With over sixteen years of its launch, Zee TV has driven the growth of the satellite and cable industry in India".

Estes programas de entretenimento permitem assim fazer a ponte entre o consumo de televisão e a cultura de filmes Bollywood e, como descreve uma notícia de Setembro de 2011, no jornal *online* Times of India, os programas de entretenimento como as telenovelas ou *sitcoms* são cada vez mais utilizadas por actores e atrizes que participam em filmes sonantes da indústria Bollywood, como forma de chegar a um número ainda maior de audiências e assim promover filmes, actores, programas, canais de televisão e, em primeira instância, gerar receitas de publicidade<sup>7</sup>. A lógica económica e financeira segue assim as linhas descritas por Rajesh Pillania:

*Bollywood has made a lot of progress in the recent years, particularly after having been given the Industry status. There is a huge Indian diaspora in countries like the UK, Canada, the Middle East, South Africa which all represent a big market for Indian films. This is also the time when Indian economy is booming and as in consequence India is viewed in a positive*

---

<sup>7</sup> Consultar em [http://articles.timesofindia.indiatimes.com/2011-09-16/tv/30160718\\_1\\_soaps-small-screen-film-producers](http://articles.timesofindia.indiatimes.com/2011-09-16/tv/30160718_1_soaps-small-screen-film-producers)

*way by other countries. Brand India is gradually gaining share in the global market (Rajesh, 2008:123).*

Bollywood, o seu cinema e os grupos de media que gerem a indústria do entretenimento dialogam assim por forma a criar produtos culturais, transacionáveis e que exigem uma grande margem de retorno.

Para Kanushi Desai, devido ao seu trabalho e horários domésticos, ver televisão e assistir a canais indianos através do satélite são uma das formas de conhecer as novidades culturais e de entretenimento que marcam a agenda. Portanto, estabelece-se uma relação com determinado actor ou actriz de um importante filme Bollywood quando este participa num episódio de uma telenovela, como aconteceu com Kareena Kapoor, num episódio da telenovela *Pavitra Rishta*, transmitida no canal ZeeTV - lógica esta que tem sido adoptada, nos últimos anos, pela indústria de Hollywood. A perspectiva de alguém que integra a comunidade diaspórica indiana, em Lisboa, acaba assim por integrar uma lógica cultural maior, que vai além da procura e pertença identitária, para encaixar numa configuração orientada pelos grandes grupos mediáticos que projectam nestas comunidades, um importante grupo de espectadores dos seus programas de entretenimento.

No caso, de Bárbara Amaral, uma das minhas entrevistadas que mantém um blogue sobre os cinemas do subcontinente asiático e sobre o cinema Bollywood; assistir a estes géneros de cinema implica a pesquisa sobre os filmes e a compra de DVD's através da internet ou em alternativa a partilha de ficheiros com utilizadores *online*. Como esclareço no capítulo seguinte, Bárbara nutre um grande interesse pelos cinemas indianos, sem se relacionar com nenhuma das três comunidades indianas, a residir em Portugal. Portanto, as vias para obter informações e filmes sobre este género cinematográfico passa exclusivamente pela pesquisa na internet: a meu ver, esta é uma importante diferença de relacionamento com a cultura cinematográfica pelo facto de filmes, músicas, actores e actrizes, no seio de famílias

das comunidades indianas, fazerem parte de um processo de aprendizagem, das conversas quotidianas ou mesmo de jogos e brincadeiras (como é o caso do *antakshari*, o jogo de músicas de filmes em língua hindi, em que um participante tem que cantar uma música que aluda ao tema da última palavra da música cantada, pelo participante anterior).

Para Bárbara Amaral, aquilo que representa o cinema e o valor da narrativa é, de facto, o que a motiva nos filmes Bollywood ou nas cinematografias do cinema indiano. Apesar desta ser uma questão complexa, o seu interesse não é tanto direccionado para aquilo que é familiar e próximo no seu relacionamento com a Índia, como julgo ser aquilo que procuram as comunidades de diáspora; mas, antes, aquilo que é diferente ou exótico mesmo. Julgo que o elemento familiar, em toda a sua dimensão linguística e física, também desempenha um papel importante quando se pensam e abordam as questões relacionadas com o cinema, a televisão e a antropologia.

Nestes dois casos, a familiaridade presente nos discursos de canais de televisão transnacionais ou grandes campanhas de filmes Bollywood acompanham estratégias bem estudadas, sobre os valores que as comunidades de diáspora partilham face ao contexto de onde são provenientes, mas também a um dispositivo tecnológico contemporâneo que facilita a comunicação entre pessoas estabelecidas em diferentes partes do mundo e que tornam permeáveis novas estratégias de construção de identidades e de realidades. Como afirma Rajinder Dudrah, num interessante artigo sobre o papel do canal de televisão ZeeTV, na Europa:

*It is important to note that the identity being addressed by these Zee TV programmes can not be simply mapped onto any Asian country; nor on to any European country. Rather, it is a complex mixture of both originary countries, and new homelands. Both 'South-Asian' and 'European' are constantly evolving and heterogeneous identities (Dudrah, 2011:38).*

Desta forma, e subjacente às questões de construção identitária em comunidades de diáspora, estará o debate sobre o acesso às tecnologias e ao uso que estas permitem em níveis tão importantes como a língua e a linguagem, a memória e a história de vida, a cultura e as relações familiares. Em segundo lugar, a televisão, o cinema e a internet configuram-se actualmente como importantes pólos de participação política e de cidadania; e em diferentes escalas da vida quotidiana. No caso indiano, Shanti Kumar lembra que

*While folk media and mass media like radio, television, and film have always played an important role in public spaces of sociability, social networking sites on the internet such as facebook, myspace, orkut, and websites such as bigadda.com and nukkad.com, and phone-based short messaging services (SMS) are making it possible for people to be a part of the public life in new ways in cities and towns across India. Increasingly, mobile phones, internet cafés, and social networking sites are transforming the ways in which people interact with each other in public spaces by going online at home or in a cyber café, or by talking or texting on the cell phone while sitting in a park or a while walking down the street (Kumar, 2010:23).*

Pelo que a forma como a sociedade e o estado se posicionam no seio destes diferentes meios influenciam as decisões colectivas, bem como a forma como a sociedade indiana é *lida* do exterior. Julgo que o mesmo se aplica no contexto da indústria de entretenimento e na forma como as identidades são nomeadas, num contexto de diáspora.

#### **4.3 - Blogues em Língua Portuguesa, sobre os Cinemas Indianos**

Uma das questões colocada aos interlocutores, durante o meu trabalho etnográfico, foi no sentido de compreender a forma como assistem a filmes e programas de televisão, de

língua hindi. Ora, falei no ponto anterior da importância da transmissão de televisão por satélite e do seu papel no acesso a conteúdos como informação, séries de entretenimento, programas de cariz religioso, telenovelas, filmes, desporto e mesmo publicidade. No entanto, e com o desenrolar das minhas entrevistas vim a entender que grande parte do consumo de filmes provém da Internet. Seja através de canais como o Youtube ou sítios de partilha de ficheiros (chamados *torrent*), há uma grande diversidade no acesso às últimas estreias ou aos clássicos dos vários cinemas regionais indianos.

No entanto, é nesta configuração do acesso à informação que estão grande parte dos elementos que permitem às comunidades de diáspora estabelecer uma relação de proximidade com o que é novidade e acontece diariamente, mas também uma possibilidade de participação social activa. Anthony Alessandrini refere num artigo que "these questions of identification in diasporic spectatorship become particularly important when the shifting political role diasporic South Asians are being asked to play in globalisation is taken into account" (Alessandrini, 2001:335).

No caso específico das pessoas com quem falei, o papel dos blogues não é determinante, nem intervém directamente na descoberta de novos filmes. E aqui há várias situações distintas: o visionamento de filmes faz parte dos momentos de descanso e são vistos de uma forma casual, em canais de televisão por satélite, um pouco ao acaso. Ou então existe uma procura activa em páginas da internet de filmes acabados de estrear, não apenas nas salas de cinema indianas, como distribuídos em países como o Reino Unido ou os Estados Unidos da América (em muitos casos, cópias de filmes ainda em fases de pós-produção e que acabam por estrear algumas semanas depois; ou gravações vídeo de projecções em sala). Outra situação que se verifica frequentemente é que a promoção de novas estreias através de *trailers* ou de *clips* de música e dança retirados dos filmes, em canais indianos transmitidos por satélite, levam à procura desses filmes na internet.

Uma situação curiosa que acontece com um dos programas de maior sucesso na Índia,

o Dance India Dance, é-me descrito por Kanushi Rai. Este é um programa com milhões de espectadores dentro e fora da Índia que pode ser assistido no canal ZeeTV e que já conta com três temporadas (2009 a 2012). Não sendo transmitido em directo na ZeeTV, Kanushi é uma espectadora assídua do programa e nos casos em que não consegue assistir por televisão, devido aos seus horários de trabalho, a ubiquidade contemporânea leva a que, umas horas depois de o programa ser emitido na Índia, este já esteja no Youtube! Dado que Kanushi fala frequentemente com a família, em Diu e através de programas como o Skype; os temas de conversas que têm directamente que ver com os fenómenos televisivos podem ser partilhados, mesmo que estejamos a falar de Diu e de um bairro de Lisboa.

Estabelece-se assim um contínuo entre uma cultura mediada através da internet e da televisão e o afastamento geográfico. As relações familiares são também mediadas através de relações distantes que passam pela partilha de fenómenos que são trazidos para uma esfera cultural: seja o acesso a conteúdos de língua hindi (no caso de Kanushi), seja o interesse suscitado pela dança e a relação que o Dance India Dance mantém com as coreografias e músicas de filmes indianos.

Serve isto para falar de uma diferença essencial no que diz respeito a dois dos blogues sobre os cinemas indianos e que contactei, escritos em português e em Portugal: [www.grandmasala.com](http://www.grandmasala.com) e [www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt). Em primeiro lugar, são ambos espaços que dão a conhecer a um público pouco ou nada familiarizado com os cinemas do subcontinente asiático; mas que utilizam diferentes estratégias narrativas e cujos autores mantêm diferentes relações com a Índia e com a cultura cinematográfica indiana.

[Www.grandmasala.com](http://www.grandmasala.com) é um blogue criado por Bárbara Amaral, em 26 de Outubro de 2006, e é mantido por vários amigos da cidade do Porto. Bárbara foi a minha interlocutora principal e apesar das suas ligações à Índia serem *apenas* por via do cinema que assiste e do conhecimento da história e da cultura que vai acumulando, os filmes constituem um elo de ligação com os seus amigos bastante forte (amigos que também não têm relações familiares

ou culturais com o subcontinente asiático). Quando o blogue surgiu era mantido apenas pela Bárbara e quando o começou a escrever "estava completamente apaixonada pelo cinema indiano", tendo consciência que era a única que o fazia, nas páginas de internet escritas em Portugal. Ainda que haja um grande número de *bloguers* que escreve em português, sobre os vários cinemas indianos, a maioria destes autores situa-se no Brasil - país cujas dimensões levam os filmes indianos a muito mais pessoas. Também Bárbara descreve essa ponte como algo muito frutuoso, sobretudo através dos contactos que a internet possibilita: "aí sim, posso dizer que graças ao blogue arranjei alguns amigos (amigos mesmo) e pessoas com espírito e gostos similares aos meus com quem consigo ter conversas construtivas, informadas e trocar ideias".

A cinematografia que se pode encontrar no blogue Grandmasala.com é bastante variada e abrange não apenas filmes que são falados em língua hindi, como também as especificidades do cinema tamil e de filmes com o *Sangamam* (1999) ou *Kaadhaal* (2004) ou de filmes oriundos do Paquistão. Esta é também uma ideia que está bem presente ao longo das páginas do blogue: os cinemas são uma parte importante da vida quotidiana do subcontinente asiático e a sua variedade não se esgota apenas no cinema Bollywood. Em *posts* mais recentes Bárbara escreve mesmo que, à falta de interesse nas grandes produções saídas dos estúdios de Mumbai (com histórias bastante padronizadas, repletas de efeitos especiais e que reflectem a proximidade com os filmes saídos dos estúdios de Hollywood); existem outras propostas e caminhos a explorar - mesmo que se refira a filmes de língua hindi. Os casos dos referidos filmes do sul da Índia (tamil) que veiculam uma "crítica social visceral" ou os filmes em língua bengali que espelham uma "delicadeza e importante reflexão sobre a humanidade". Também os filmes em língua urdu (indústria designada por Lollywood, com base em Lahore, no Paquistão) exercem um especial fascínio na divulgação do cinema do subcontinente.

Num dos seus *posts*, Bárbara escreve sobre *Bol* (2011), um filme realizado por Shoaib Mansoor, colocando a interessante questão: "Tendo a indústria de cinema paquistanesa

sucumbido à censura, à pirataria de cinema indiano e à falta de meios e de mão-de-obra qualificada, poderia haver verdade no ressurgimento da glória do cinema paquistanês apregoado nos blogues sobre Lollywood?". Ou seja, olhando para um quadro geral do cinema indiano e para o domínio do cinema Bollywood, como indústria e como linguagem cinematográfica, é interessante perceber que deslocando o ângulo de visão fora do domínio comercial é possível encontrar outras relações entre os cinemas e as realidades contemporâneas. A propósito destas relações e da reorganização dos mercados cinematográficos do subcontinente asiático a questão de Bárbara encontra eco num artigo publicado no jornal Express Tribune, onde a crise da indústria cinematográfica de Lahore está a criar novas oportunidades em Karachi.

Desta forma, [www.grandmasala.com](http://www.grandmasala.com) torna-se não apenas um espaço sobre cinema de língua hindi e filmes Bollywood, como também um espaço sobre os cinemas regionais da Índia e do Paquistão. Em termos de abordagem notam-se as preocupações filmicas e narrativas dos seus autores que, não sendo demasiado técnicas incluem interpretações ao nível da realização e da forma como os argumentos são trazidos ao espectador. Esta é também uma forma de tornar claros aspectos dos filmes que estão ligados a temáticas mais especificamente culturais, sejam elas a estrutura do filme-dança ou temas como a religião ou o lugar das mulheres na sociedade.

Outro dos aspectos que [www.grandmasala.com](http://www.grandmasala.com) explora são os acontecimentos culturais que directa ou indirectamente estabelecem uma relação entre a Índia e Portugal. Existem vários *posts* relativos a dança clássica indiana e uma entrevista com Diana Rego (bailarina sedeada no Porto); *workshops* sobre gastronomia indiana ou os locais onde se podem comprar dvd's de filmes indianos. E também neste ponto o nome *Grand Masala* serve como ponte entre o cinema, a vida quotidiana e o blogue. Diz Bárbara que o nome provém de um jogo de palavras entre uma combinação de especiarias, o *Garam Masala*, e a grande mistura que caracterizam a percepção sobre as realidades indianas - significando *masala*, a

mistura.

Relativamente ao blogue [www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt) há diferenças significativas ao nível da informação que é disponibilizada aos leitores, mas o elemento que marca este espaço é, sem dúvida, o facto dos filmes de língua hindi serem marcadamente filmes Bollywood. A discussão sobre esta questão é central em todo o texto de Ashish Rhajadhyaksha (2003) sobre a *bollywoodização* do cinema indiano e prende-se com a configuração de um género cinematográfico numa relação directa com o público (e à consequente criação de filmes *para toda a família*, em detrimento de um cinema de criação autoral); mas também com o papel desempenhado pelas estruturas económicas e pela indústria no sentido de criar um produto com mais-valias, face às audiências que gera. É também esse o alcance da obra *Global Bollywood* (2008): da definição como produto cultural contemporâneo (Kumar in Punathambekar, 2008), às relações entre a actividade de fã de filmes Bollywood e o activismo político, no sul da Índia (Punathambekar in Punathambekar, 2008). Sem querer cair do erro de elaborar uma definição sobre o que são os filmes Bollywood, será mais significativo explicitar os aspectos comuns a um largo conjunto de filmes, que exploram um conjunto de técnicas e linguagens estabelecidas pelos estúdios, produtores e realizadores. É nesta direcção que falo da divulgação de filmes marcadamente Bollywood, no blogue mantido por Mayush Kumar.

Assim, em [www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt) encontram-se filmes que refiro como estritamente Bollywood porque deixam de parte outros géneros que podem também ser incluídos, quando se fala de *cinema indiano*, mas também porque neste blogue existem temas que são constantes e que passam quase sempre por três linhas mestras: comédia romântica, filme de acção ou filme clássico das décadas de 1970 e 1980 (cujas narrativas, por sua vez, cruzam os grandes temas da justiça, amor ou família). Não pretendo com isto dizer que os filmes são iguais na sua forma, mas antes que existem determinados temas e narrativas que se tornam fórmulas de sucesso. No artigo de Gregory Booth a questão é colocada de uma

perspectiva circular:

*The nature of mass-media marketing requires a constant supply of new product. Even if the plot, the theme, and the characters remain the same, the film itself must be new, offering new fashions, new faces, and new songs. Throughout their lives, Indian audiences of traditional drama may attend countless retellings of a traditional epic, such as the Ramayana; they go expecting not a new story and new characters, but with the knowledge that the tale's familiar characters and themes will once again assert the vitality of their view of themselves and the world. In a similar manner, Indian film audiences view the same stories and characters in countless retellings (Booth, 1995. Pg. 19).*

No blogue mantido por Mayush Kumar cada *post* inclui uma sinopse do filme e um *trailer* retirado do conhecido Youtube.com. Um aspecto curioso relativamente aos filmes clássicos das décadas de 1970 é o facto de colherem a referência que terão sido exibidos em salas da cidade de Lisboa - casos de *Haati Mere Saathi* (M.A. Thirumugham.1971), *Muqaddar Ka Sikandar* (Prakash Mehra. 1978) ou *Zameer* (Ravi Chopra. 1974). Outra característica importante em [www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://www.dvdcinemaindiano.blogspot.pt) são as várias referências a actores e atrizes famosos, alguns filmes de maior sucesso ou alusões a prémios da indústria cinematográfica indiana. Figuras como Shah Rukh Khan, Aishwariya Rai, Aamir Khan , Rani Mukherjee ou Amitabh Bachchan, Kajol, Rishi Kapoor surgem como estrelas maiores do cinema de língua hindi e têm aqui um destaque, com direito a ligação à Wikipedia como forma de dar a conhecer a biografia e percurso profissional destes actores e atrizes.

Para os visitantes existe também um pequeno texto descritivo sobre o que é afinal o cinema Bollywood. E diz-nos Mayush Kumar que "a indústria hindi é às vezes chamada de Bollywood (mistura de Hollywood com Bombay). A palavra Bollywood é por vezes aplicada ao cinema indiano como um todo, no entanto esta designação é incorreta, visto que se refere

apenas ao cinema de língua hindi (o mais universal)". Outros dois elementos importantes na apresentação que o autor deste blogue faz do cinema Bollywood é o facto de considerar esta indústria como a mais liberal de todas as cinematografias indianas e também o reconhecimento internacional que este género desenvolveu ao longo dos vários continentes.

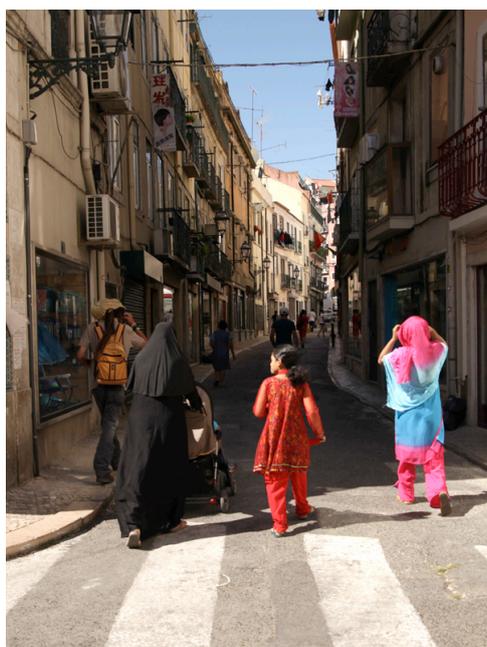
#### 4.4 – Alguns itinerários de cultura indiana, na cidade de Lisboa



Praça do Martim Moniz



Centro Comercial do Martim Moniz . Loja de Produtos Indianos - Papat Store



Martim Moniz. Rua do Benfornoso

Neste último ponto deste meu trabalho decidi incluir fotografias de alguns espaços da cidade de Lisboa que fazem parte dos circuitos, não apenas de pessoas ligadas à comunidade indiana, como também a propostas mais turísticas sobre os *bairros típicos* da cidade. Este é o caso do Martim Moniz, no coração de Lisboa que participa hoje de uma ideia remota de Ásia, mais do que da noção de Índia. E, apesar disto, é o local que grande parte dos meus entrevistados nomeia como espaço que remete necessariamente para uma Índia mítica: pelos cheiros, pelos produtos alimentares

importados que conseguem encontrar e pelos seus centros comerciais.

\*

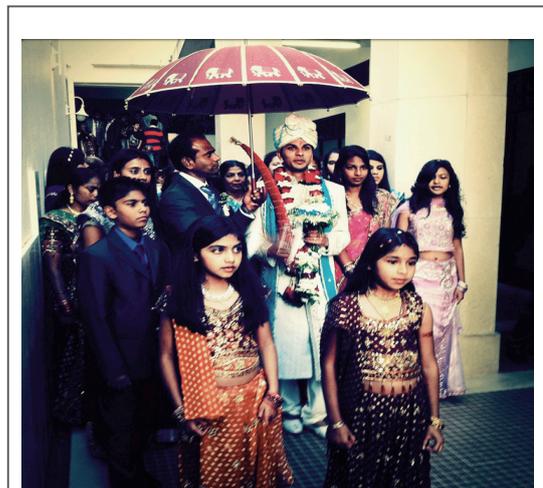


Templo Radha Krishna, sede da Comunidade Hindu

O templo Radha Krishna é um dos locais de culto da religião hindú, mas para além disso este é também um espaço aberto a pessoas fora da comunidade indiana e hindu. Em 1989 foi lançada a primeira pedra e em meados de 1991 começaram as obras de construção da infra-estrutura do “Edifício do Templo”:

Salão de Festas, Auditório, Templo, parques de estacionamento e ainda os alicerces do futuro Centro Sócio-Cultural.

Actualmente estão concluídas aproximadamente 75% da edificação, estando o auditório em fase de acabamento e o Centro Socio-Cultural ainda por construir. A Comunidade Hindu de Portugal desenvolve as suas actividades ao nível da formação profissional, dança e yoga e uma cantina onde são servidas refeições vegetarianas.



Cerimónia de Casamento Hindu, no Templo Radha Krishna

\*



Tabacaria Aquário. Montra com DVD's

Situada numa das avenidas nobres da cidade de Lisboa, este discreto estabelecimento dá pelo nome de *Tabacaria Aquário*. Mayush Kumar e a sua esposa mantêm a loja com produtos de bijuteria, roupas, adereços femininos e também filmes indianos.

Mayush é, também, um cultor de filmes Bollywood e expressa as suas preferências através do blogue [dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://dvdcinemaindiano.blogspot.pt) - um dos poucos casos de blogues escritos em língua portuguesa, sobre aquele género cinematográfico. Aquele seu espaço na internet é uma forma de divulgar aquilo que designa como a *cultura indiana*, para além de servir de canal de distribuição de DVD's de filmes. Nesta ideia de itinerário de cultura indiana, na cidade de Lisboa, o caso



Mayush Kumar, proprietário da Tabacaria Aquário

de Mayush , da tabacaria Aquário e do blogue [dvdcinemaindiano.blogspot.pt](http://dvdcinemaindiano.blogspot.pt) ilustram uma interessante relação entre as noções de identidade, tecnologia e comércio.

\*



Champaclal Deuchande, Animador do programa de rádio *Swagatam*, da Rádio Orbital

O programa de rádio *Swagatam* é emitido todos os domingos, das 10 horas às 14 horas na Rádio Orbital, desde 1987. Champaclal Deuchande é o animador que há quase três décadas mantém o programa no ar. Saiu de Moçambique no período da Independência do país, mas a sua origem é indiana, do estado do Gujarat. O gujarati é, também, uma das línguas faladas no programa de rádio e que estabelece a relação com os membros mais numerosos da comunidade indiana a viver em Portugal. Não obstante, o programa é um espaço de divulgação de música e cultura indiana, não se limitando às músicas de filmes.

Apesar do espaço físico da rádio

não ser de observação natural, o *Swagatam* é das poucas manifestações públicas de cultura popular indiana que podemos ainda encontrar nas ondas hertzianas da cidade de Lisboa, sobretudo num período em que a rádio parece ter sido relegada para um plano menor. Não deixa de ser um dos itinerários mais resistentes e mais visíveis da comunidade indiana de Lisboa.

## 5. Conclusão

No início deste meu trabalho citei as palavras de um artigo da realizadora Mira Nair, publicado na revista Time Magazine, em Junho de 2008. A questão que Nair levanta nesse artigo resume-se ao seguinte: "Why is it that India arrives only when the West says it does?". Revisitando parte da obra desta realizadora constato o afastamento das linhas narrativas da indústria de Mumbai (ou mesmo de outras indústrias indianas), para se fixar numa lógica de cinema independente, marcadamente norte-americano. Simultaneamente, Mira Nair aborda temas, cujos epicentros partem das realidades indianas: Salaam Bombay! (1988), Monsoon Wedding (2001) ou Migration (2008). Nesses filmes, as personagens movem-se num contexto marcadamente urbano; a linguagem cinematográfica é contemporânea; e as narrativas dirigidas para leituras políticas, renovadoras de comportamentos sociais e de confronto com ideias estabelecidas.

Serve esta breve impressão sobre a obra de Mira Nair para chegar a uma ideia sobre as configurações actuais a indústria de cinema indiano de língua hindi: Mira Nair dá a entender que, a atenção mediática dada pelo Ocidente aos cinemas da Índia, cobre-se de uma autoridade discricionária.

No entanto, o que aparenta ser uma desigual relação de forças entre um mestre referencial e um aluno emancipado, não passa de uma imagem transformada em simulacro. As lógicas de concentração económica ao mesmo tempo que ocorrem fluxo de capitais dominam o mercado cinematográfico actual: não apenas no Ocidente de Nair, como também na Índia de Nair (Pillania:2008). Num artigo do The Economist pode ler-se que:

*"When Ronnie Screwvala, UTV's founder, started its film studio in 1995, he noted that the market was dominated by small, family-run operations which stuck to one formula: the song-and-dance-laden love story. There was no experimentation and the market was not developing he says. Bollywood took a leap forward in 2001 when the government gave it*

industry status, meaning banks were allowed to lend to it (...) *Mr Screwvala's studio, which is now India's second biggest, avoids song-and-dance routines and spends up to \$12m on each film—far more than the Bollywood norm. For most Indian movies about 5% of the budget goes on marketing, but UTV spends up to 40%—similar to Hollywood studios. And just like a Disney or Warner Bros, UTV does its own distribution, so it can make more daring films.*

Neste sentido, é importante reconhecer que a dimensão dos fenómenos de globalização das indústrias cinematográficas afectam não apenas as condições de produção dos filmes na Índia, como eleva as cinematografias ao plano de produtos culturais que lhes permite competir em vários mercados regionais e internacionais, sejam estes mercados asiáticos, europeus ou norte-americanos. Esta é também uma das lógicas tomadas pela indústria de filmes e televisão de língua hindi que, ao inscrever-se num plano de referências culturais indianas articulam entretenimento e política cultural (Desai, 2004:42); enquanto projectam conteúdos audiovisuais para uma estrutura de difusão planetária, como forma de consolidar novas audiências e, assim, gerar novas fontes de receita. Isto para lembrar que *nem tudo o que luz é ouro*, ou que, nem tudo o que o *Ocidente* diz deve ser levado a sério ou entendido como referencial! Mas Mira Nair deve saber isso.

Um dos meus objectivos deste trabalho foi demonstrar que as perspectivas sobre um género de cinema, que facilmente assume o rótulo de regional ou periférico, representa um importante universo de pessoas, locais e ideias; mas que essa representação, como todos os actos da linguagem humana (Ahearn, 2001), é dinâmica e assume diferentes formas no tempo e no espaço. Em face desta ideia, um dos elementos que caracterizam a modernidade indiana das últimas décadas é a consolidação do cinema e da televisão como traves mestras da economia contemporânea, da reorganização do Estado Nação e da expansão do modelo ocidental de sociedade de consumo.

Só desta forma se compreende que a história do cinema indiano esteja vinculada à

história política, cultural e económica do subcontinente asiático - ou mesmo como *metáfora do subcontinente indiano*, como considera Akbar Ahmed. Da emergência de narrativas ancoradas nos épicos religiosos, à criação de cinemas que surgem das diversidades linguísticas indianas. Da necessidade de criação de instituições estatais de regulação do cinema, ao declínio do Império Britânico. Do rompedor aumento de habitantes que migram do campo para as cidades, às migrações para fora da Índia e que configuram comunidades indianas de diáspora. Todas estas manifestações da sociedade indiana contribuem para o enriquecimento do papel do cinema na vida quotidiana, ao que o cinema de língua hindi não é alheio.

Trouxe a este debate sobre a modernidade indiana, a relação que o cinema e a televisão de língua hindi mantêm no seio das comunidades indianas de diáspora, a residir em Lisboa, também por razões históricas: em primeiro lugar, através de um passado não muito distante, marcado pela saída de populações de origem indiana de um Moçambique libertado do espartilho colonial. Em segundo lugar, pela transformação operada na sociedade portuguesa (e, concretamente, na cidade de Lisboa); que, entre outras linhas, forçou a reflexão em torno das políticas de habitação urbana ou de diálogo cultural.

Foram as dinâmicas culturais destas comunidades e das pessoas que as constituem que me permitiram descobrir os filmes Bollywood e procurar os significados de imagens, músicas e danças aparentemente silenciadas, no quotidiano contemporâneo lisboeta. Até porque a barreira linguística não é fácil de ultrapassar - neste caso, as línguas hindi e gujarati. No entanto, a reflexão antropológica sempre transmitiu esta ideia fundamental que é a colocação de questões e a procura de compreensão para aquilo que desconhecemos. Mesmo quando isso implica a falta de resposta! Neste trabalho, as questões desenrolaram-se à medida que fui descobrindo uma vasta produção teórica sobre as cinematografias indianas e encontrei os ecos teóricos nas conversas com os meus entrevistados, familiares e amigos: filmes, músicas e programas de televisão configuram-se como produtos culturais que reforçam uma ligação a

uma Índia, vivida a milhares de quilómetros de distância. Esta é uma ligação mediada por tecnologias como a internet e a televisão por satélite, que estabeleceram o seu lugar, na última década. Para John Durham Peters, a representação da realidade através dos meios de comunicação de massas contemporâneos colocam as relações sociais num ponto em que "modern men and women see proximate fragments with their own eyes, and global totalities through the diverse media of social description" (Peters, 1997:5). A *bifocalidade* assume, assim, uma propriedade não apenas dos discursos, como das representações que fazemos da vida em sociedade.

E este binómio em que vivem as comunidades da diáspora indiana é francamente assumido através da pertença a uma cidade de Lisboa que enquadra a vida quotidiana, o trabalho e uma parte da família; enquanto os sentimentos se esboçam num espaço imaginário, também ele de pertença a um universo organizado por valores, cheiros, imagens, e memórias.

Não julgo ser possível prever os destinos quer da tecnologia, quer do cinema, quer dos usos e significados que as pessoas atribuem a ambos. Como qualquer produto da linguagem humana, a construção e renovação é permanente. Como também o são as tradições e aquilo que se define como cultural. Importa, neste momento de configuração da economia, dos produtos e bens culturais, conhecer a(s) história(s) e apropriar os sentidos que mais importam para pensar e sonhar. No cinema, como na vida.

## 5. Bibliografia

- Abreu, Maria José de. 2012. "Technological Indeterminacy". Working Paper CRIA. Vol. 10, Lisboa
- Agamben, Giorgio. 2009. *O que é Contemporâneo? E Outros Ensaio*s. Argos Ed.
- Ahearn, Laura. 2001. "Language and Agency". *Annu. Rev. Anthropol.* Vol.30. Pp.109-137
- Akbar Ahmed. 1992. "The Cinema as Metaphor for Indian Society and Politics". *Modern Asian Studies*, Vol. 26 (2) pp. 289-320
- Alessandrini, Anthony. 2001. "'My Heart's Indian for All That': Bollywood Film between Home and Diaspora". *Diaspora* . Vol.10.(3) pp. 315-340
- Ang, Ien. 1985. *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Anderson, Benedict. 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Appadurai, Arjun. 1990. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy". *Theory Culture Society*. Sage Publications . Vol.7 pp. 295-310.
- Askew, K. e R. Wilk (ed.). 2002. *The Anthropology of Media*. Blackwell Publishers.
- Bandyopadhyay, Ranjan. 2008. "Nostalgia, Identity and Tourism: Bollywood in the Indian Diaspora". *Journal of Tourism and Cultural Change*. Vol. 6, pp. 79—100
- Banks, Marcus. 1996. *Ethnicity: Anthropological Constructions*. London: Routledge.
- Balibar, Etienne. 2010. "At the Borders of Citizenship: A Democracy in Translation" *European Journal of Social Theory*.Vol. 13, pp 315-322.
- Barker, Chris. 1997. *Global Television: an Introduction*. Blackwell Publishers
- Bastos, Susana Pereira. 2009. "Manejos da religião, da etnicidade e recursos de classe na construção de uma cultura migratória transnacional". *Análise Social*, vol. XLIV (1) pp. 43-69
- Berger, J. 1972, *Ways of Seeing*. London: Penguin

- Berger, A.. 1997. *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage.
- Berlin, Isaiah. 1974. "The Divorce between the Sciences and the Humanities?". *Against the Current: essays in the history of ideas*. Princeton University Press, 1997
- Bhabha, Homi, 1990. *Nation and Narration*. London: Routledge
- Booth, Gregory. 1995. "Traditional Content and Narrative Structure in the Hindi Commercial Cinema". *Asian Folklore Studies*. 54 (2), pp. 169-190
- Bourdieu, Pierre. 1996. *Sur la Télévision*. Raisons D'Agir.
- Braziel, Jana e Anita Mannur. *Theorizing Diaspora*. Blackwell, 2003
- Cachado, Rita. 2008. "Poverty Political Discourse and its Effects – Portuguese Hindus Between Shanty Town and the Social Housing Estate". *Mundos Urbanos e Contemporaneidade: Revista do Centro de Estudos de Etnologia Portuguesa*. 3, pp. 39-57
- Cachado, Rita. 2011. "Samosas And Saris: Informal Economies In The Informal City Among Portuguese Hindu Families". *Urban Anthropology*. Vol. 40, pp. 417-444
- Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema. 1998. *Cinemas da Índia*. Córdenação de José Manuel Costa.
- Chakrabarty, Bidyut (ed.). 2003. *Communal Identity in India: Its Construction and Articulation in the Twentieth Century*. Oxford India Paperbacks
- Charney, Leo e Schwartz, Vanessa. 1995. *Cinema and the Invention of Modern Life*. University of California Press
- Cohen, Robin. 1997. *Global Diasporas. An Introduction*. University of Washington Press
- Cordeiro, Graça Índias. 2010. "As Cidades Fazem-se por Dentro: Desafios de etnografia urbana". *Cidades - Comunidades e Territórios*. Vol.. 20/21, pp. 111-121
- Costa, Francisco Lima. 2011. "Globalização, Diversidade E “Novas” Classes Criativas Em Lisboa: Economia Etnocultural E A Emergência De Um Sistema De Produção Etnocultural". *Sociologia, Problemas E Práticas*, Vol. 67, Pp. 85-106

- Cunningham, Stuart. 2001. "Popular Media As Public 'Sphericules' For Diasporic Communities". *International Journal Of Cultural Studies*. Vol. 4, No., Pp. 131–147
- Datta, Pulkit. 2008. *Bollywoodizing Diasporas: Reconnecting to the NRI through Popular Hindi Cinema*. Tese de Mestrado. Miami University Oxford. Ohio
- Dayan, Daniel. 1998. "Particularistic media and Diasporic communications". Liebes, Tamar e Curran, James (eds). *Media, Ritual and Identity*, London & New York: Routledge.
- Davies, Charlotte Aull. 1999. *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others*. Routledge. Pp. 3-25, 67-93
- Desai, Jigna. 2004. *Beyond Bollywood. The Cultural Politics of South Asian Diasporic Film*. London: Routledge.
- Dudrah, Rajinder. 2002. "Vilayati Bollywood: Popular Hindi Cinema-Going and Diasporic South Asian Identity In Birmingham". *The Public*. Vol.9 (1), Pp.19-36
- Dudrah, Rajinder. 2005. "ZEE TV". *South Asian Popular Culture*. Vol. 3, pp. 33—47
- Dwyer, Rachel e Divia Patal. 2002. *Cinema India: The Visual Culture of Hindi Film*. New Brunswick: Rutgers University Press
- Faris, James. 1992. "Anthropological Transparency, Film , Representation and Politics". *Film as Ethnography*, edited by P. Crawford and D.Turton, pp. 171-82. Manchester, England: University of Manchester Press.
- Fazal, Shehina. 2008. "London as a hub of Indian film and television networks". *Information, Society and Justice*. Vol. 2, No.1, pp. 21-36
- Ganti, Tejaswini (2002) " 'And Yet My Heart is Still Indian': The Bombay Film Industry and the (H)Indianization of Hollywood". Em Ginsburg , Faye D., Abu-Lughod, Lila e Larkin, Brian. 2002. *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. University of California Press. Pp. 281-300
- Ganti, Tejaswini (2008) *Mumbai versus Bollywood: The Hindi Film Industry and The Politics of Cultural Heritage in Contemporary India*. Em Kavoori, Anandam e Punathambekar, Aswin (ed.). 2008. *Global Bollywood*. Oxford University Press. Pp. 52-78

- Gaonkar, Dilip Parameshwar. 1999. "On Alternative Modernities. Public Culture", *Alter/Native Modernities*. Vol. 11, No. 1, pp. 1-18.
- Giddens, Anthony. 1994. *Modernidade e Identidade Pessoal*. Celta. Pp. 1-30 e 63-72
- Giddens, Anthony, 2000. *O Mundo na Era da Globalização*. Presença Ed. Pp. 31-43
- Gillespie, M. .1995. *Television, Ethnicity and Cultural Change*, London & New York: Routledge. Pp. 1-45
- Gupta, Bhabani Sen. 1997. "India in the Twenty-First Century". *International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-)*, Vol. 73, No. 2, pp. 297-314
- Guha, Ramachandra. 2007. *India After Gandhi: The History of the World's Largest Democracy*, Pan Books. Pp. 115-136; 709-732
- Gupta, Akhil, e Fergusson, James. 1997. "Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference". *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*, edited by Akhil Gupta and James Fergusson, Durham, N.C: Duke University Press. pp.33-51.
- Hall, Stuart. 1980. "Encoding/Decoding". *Culture, Media, Language* ed. by Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis. London: Hutchinson. Pp. 128-138.
- Hall, Stuart. 2006. "Cultural Identity and Diaspora". *Theorizing Diaspora* ed. by Jana. Evans Braziel and Anita Mannur. Blackwell. Pp. 233-246
- Hannerz, Ulf. 1996. *Transnational Connections*. New York: Routledge.
- Hartley, John. 2008. *Television Truths: Forms of Knowledge in Popular Culture*. Blackwell
- Higson, Andrew. 1989. "The Concept of a National Cinema". *Screen* Vol. 4 (30), pp. 36-47
- Hing-Yuk Wong, Cindy e McDonogh, Gary. 2001. "The Mediated Metropolis: Anthropological Issues in Cities and Mass Communication". *American Anthropologist, New Series*, Vol. 103 (1), pp. 96-111
- Jameson, Fredric. 1984. "Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism". *The Politics of Theory*, New German Critique. No.32, pp. 53-92
- Jameson, Frederic. 1992. *The Geopolitical Aesthetic*. Indiana University Press.

- Kavoori, Anandam e Punathambekar, Aswin (2008) "Introduction". Em Kavoori, Anandam e Punathambekar, Aswin. 2008. *Global Bollywood*. Oxford University Press. Pp. 1-14
- Kaur, Arunajeet e Yahya, Faizal. 2010. "Zee TV and the Creation of Hindi Media Communities in Singapore". *Journal of Social Issues in Southeast Asia* Vol. 25 (2) , pp. 262–80
- Khilnani, Sunil. 2004. *The Idea of India*. Penguin Books.
- Kumar, Shanti. 2010. "Globalization, Media Privatization, and the Redefinition of the “Public” in Indian Television". *BioScope*. Vol.1 (1), pp. 21–25
- Lal, Vinay (1998) "The impossibility of the outsider in the modern Hindi film". Em Nandy, Ashis. 1998. *The Secret Politics of Our Desires: Innocence, Culpability and Indian Popular Cinema*. Delhi: Oxford University Press. Pp. 234-265
- Lambright, Henry. 1994. "The Political Construction of Space Satellite Technology". *Science, Technology & Human Values*. Vol. 19 (1), pp. 47-69
- Lietchy, Mark. 1994. "Media, Markets and Modernization: Youth Identities and the Experience of Modernity in Kthmandu, Nepal". *Youth Cultures: A Cross-Cultural Perspective*, ed. by Vered Amit-Talai and Helena Wulff, London: Routledge. pp.166-201.
- Lima, Tiago. 2011. "Barómetro Media e Comunicação: Tendências". *OberCom - Observatório da Comunicação*
- Lutgendorf, Philip. 2007. "Is There an Indian Way of Filmmaking?". *International Journal of Hindu Studies*. Vol.10, pp.227–56
- Lourenço, Inês. 2011. "Gujarati Hindus in Portugal. The Community of Santo António dos Cavaleiros (Loures, Lisbon)" palestra proferida a 8 de Junho de 2011 na École Française d’Extrême Orient, Paris <http://www.efeo.fr/uploads/docs/recherche/gujarat/Lourenco.pdf>
- Lourenço, Inês. 2011. "Religion and gender: the Hindu diaspora in Portugal". *South Asian Diaspora*. Vol. 3 (1) pp. 37—51
- MacDougal, David. 1998. *Transcultural Cinema*. Princeton, N.J.: Princeton University Press. Pp. 231-278.

- Malheiros, Jorge. 2008. "Comunidades de origem indiana na Área Metropolitana de Lisboa – iniciativas empresariais e estratégias sociais criativas na cidade". OLIVEIRA, Catarina Reis e RATH, Jan (org.), *Revista Migrações - Número Temático Empreendedorismo Imigrante*, Outubro 2008. No.3. Lisboa: ACIDI, pp. 139-164
- Mitra, Ananda. 1993. *Television and Popular Culture in India*. New Delhi: Sage Publications
- Mankenkar, Purnima. 2002. "Television and Religious Identity in India". Ginsburg, Faye , Abu-Lughod, Lila e Larkin, Brian. *Media Worlds*. University of California Press. Pp. 134-151
- Marcus, George. 1993. "Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multisited Ethnography". *Annual Review of Anthropology*. Vol. 24, pp. 95-117
- Martín-Barbero, J. 1988. "Communication from Culture: The Crisis of the National and the Emergence of the Popular". *Media, Culture, and Society*. Vol.10, pp- 447-65
- Massey, Reginald. 1992. "From Bharata to the Cinema: A Study in Unity and Continuity". *Review of International English Literature*. Vol.23 (1), pp. 59-71
- Mayne, Judith. 1993. *Cinema and Spectatorship*. Routledge
- Mazzarella, William. 2003. " 'Very Bombay': Contending with the Global in an Indian Advertising Agency". *Cultural Anthropology*. Vol. 18, No. 1, pp. 33-71
- Mazzarella, William. 2004. "Culture, Globalization, Mediation". *Annual Review of Anthropology*. Vol. 33, pp. 345–67
- Mishra, Vijay. 2002. *Bollywood Cinema: Temples of Desire*. Routledge.
- Mishra, Vijay. 2006. "Bollywood Cinema: A Critical Genealogy". *Asian Studies Institute. Victoria University of Wellington*. Pp. 1-29
- Miyoshi, Masao. 1993. "A Borderless World? From Colonialism to Transnationalism and the Decline of the Nation-State". *Critical Inquiry* . Vol.19, pp. 726-51
- Miles, Ian, Cawson, Alan e Haddon, Leslie. 1992. "The Shape Of Things to Consume". Silverstone e Hirsh (eds). 1992. *Consuming Technologies. Technology and Information in Domestic Spaces*. London & New York: Routledge. Pp. 67-81
- Morley, David, e Robins, Kevin. 1995. *Spaces of Identity: Global Media, Electronic*

- Landscape, and Cultural Boundaries*. London: Routledge.
- Nandy, Ashis. 1998. *The Secret Politics of Our Desires: Innocence, Culpability and Indian Popular Cinema*. Delhi: Oxford University Press. Pp- 3-19
- Nandy, Ashish. 2007. *An Ambiguous Journey to the City*. Oxford India Paperbacks
- Pendakur, Majunath, e Subramanyam, Radha. 1996. "Indian Cinema beyond National Borders". Em Sinclair, J., Jacka, E. e Cunningham, S. *New Patterns. Global Television: Peripheral Vision*. London: Oxford University Press. pp.69-82
- Peters, John Durham. 1997. "Seeing Bifocally: Media, Place, and Culture". *Culture, Place, and Power: Essays in Critical Anthropology*. Eds. Akhil Gupta and James Ferguson. Durham: Duke University Press. Pp 75-92.
- Pillania, Rajesh. 2008. "The Globalization of Indian Hindi Movie Industry". *Management: Review of Management Development Institute*. vol.3 (2), pp.115-123
- Postill, John. 2006. *Media and Nation Building. How the Iban Became Malasian*. Berghahn Books
- Prasad, Madhava. 1993. "Cinema and the Desire for Modernity". *Journal of Arts & Ideas*. No. 25-26, pp. 71-76
- Prasad, Madhav. 1998. *Ideology of the Hindi Film: A Historical Construction*. Dehli: Oxford University Press
- Punathambekar, Aswin (2008) "We're Online, Not on the Streets: Indian Cinema, New Media and Participatory Culture". Em Kavoori, Anandam e Punathambekar, Aswin (ed.). 2008. *Global Bollywood*. Oxford University Press. Pp. 282-299
- Punathambekar, Aswin. 2010. "Reality TV and Participatory Culture in India". *Popular Communication*. Vol. 8, pp-241-255.
- Rao, Shakuntala. 2007. "The Globalization of Bollywood: An Ethnography of Non-Elite Audiences in India". *The Communication Review*. Vol.10 (1), pp. 57-76
- Rajadhyaksha, Ashish. 2003. "The 'Bollywoodization' of the Indian Cinema: Cultural Nationalism in a Global Arena". *Inter-Asia Cultural Studies*. Vol.4 (1), pp 25-39
- Ranganathan, Maya. 2010. "Towards a more inclusive Indian identity? A case study of the

- Bollywood film Swades". *National Identities*. Vol.12 (1), pp. 41—59
- Rashna, Wadia Richard. 2011. "(Not) Kramer vs. Kumar: The Contemporary Bollywood Remake as Glocal Masala Film". *Quarterly Review of Film and Video*. Vol. 28 (4), pp. 342-352
- Ray, Satyajit. 2011. *Our Films, Their Films*. Orient BlackSwan Ed.
- Ray, Manas (2008) "Bollywood Down Under: Fiji Indian Cultural History and Popular Assertion". Em Cunningham, S. e Sinclair, J. 2000 *Floating Lives: The Media and Asian Diasporas. Negotiating Cultural Identity through Media*, University of Queensland Press.
- Said, Edward. 1978. *Orientalism*. New York. Pantheon
- Santos, Maria de Lurdes Lima dos. 1994. "Reprodutibilidade/Raridade". Melo, Alexandre. *Arte e Dinheiro*. Lisboa. Assírio e Alvim. Pp. 101-134
- Silverstone, Roger. 1994. *Television and Everyday Life*. London.: Routledge.
- Sircar, Ajanta. 1995. "Of 'Metaphorical' Politics: Bombay Films and Indian Society". *Modern Asian Studies*, Vol. 29 (2), pp. 325-335
- Spicer, Andrew. 2004. "Film Studies and the Turn to History. In *Journal of Contemporary History*". Vol. 39 (1), pp. 147-155
- Sontag, Susan. 2002. *On Photography*. Penguin Classics. UK.
- Spitulnik, D. 1993. "Anthropology and the Mass Media". *Annual Review of Anthropology*, Vol.22, pp. 293-315.
- Taborda, Maria João. 2010. "A Sociedade em Rede em Portugal". *OberCom - Observatório da Comunicação*
- Thomas, Amos Owen. 2006. "Cultural Economics of TV Programme Clonning: Or Why India Has Produced Multi-'Millionaires' ". *International Journal of Emerging Markets*. Vol.1 (1), pp.35-47
- Thussu, Daya Kishan (ed.). 2007. *Global Flow and Contra-Flow*. Routledge. New York
- Tudor, Andrew. 2009. *Teorias do Cinema*. Edições 70

Virilio, Paul. 1994. *The Vision Machine*. Indiana University Press

Williams, Alan. 2002. *Film and Nationalism*. Rutgers University Press. Pp. 1-68

Williams, Raymond. 2003. *Television: Technology and Cultural Form*. Routledge Classics. Pp. 1-76

Wilson, Samuel e Peterson, Leighton C.. 2002. "The Anthropology of Online Communities". *Annual Review of Anthropology*. 2002. Vol.31, pp. 449–67

Winston, Brian. 2000. *Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*, Routledge.

## **8. Filmografia**

*In Custody* (1994) Dir. Ismail Merchant. Com Shashi Kapoor, Shabana Azmi and Om Puri

*Casamento Debaixo de Chuva* (2001) Dir. Mira Nair. Com Naseeruddin Shah, Lillete Dubey and Shefali Shetty

*Lagaan* (2001) Dir. Ashutosh Gowariker. Com Aamir Khan, Gracy Singh and Rachel Shelley

*Migration* (2008) Dir. Mira Nair. Com Shiney Ahuja, Irrfan Khan and Raima Sen

*My Name is Khan* (2010). Dir. Karan Johar. Com Shah Rukh Khan, Kajol e Sheetal Meno

*Ra.One* (2011). Dir. Anubhav Sinha. Com Shah Rukh Khan, Kareena Kapoor and Arjun Rampal

*Salam Bombay* (1988) Dir. Mira Nair. Com Shafiq Syed, Hansa Vithal and Chanda Sharma

*Taare Zameen Par* (2007) Dir. Amir Khan. Com Darsheel Safary, Aamir Khan and Tanay Chheda

*The Dirty Picture* (2011) Dir. Milan Luthria. Com Vidya Balan, Emraan Hashmi e Tusshar Kapoor