

Cuando las estrellas llegan a las urnas: política, cine y televisión en Tamil Nadu

VAL CUBERO, Alejandra

Cuando las estrellas llegan a las urnas: política, cine y televisión en Tamil Nadu
Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", vol. 8, núm. 2, 2015
Universidad del Rosario, Colombia
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511553193003>

Cuando las estrellas llegan a las urnas: política, cine y televisión en Tamil Nadu

When Stars Arrives to the Polls: Politics, Cinema and
Television in Tamil Nadu

Quando as estrelas chegam às urnas: política, cinema e
televisão em Tamil Nadu

VAL CUBERO, Alejandra alejandra.val@uc3m.es
Universidad Carlos III de Madrid , España

Resumen: En la región de Tamil Nadu, uno de los estados más poblados del sur de la India, la relación entre cine, televisión y política explica el éxito en las urnas de muchos de sus líderes políticos. Líderes que comenzaron su actividad pública como directores, actores, dramaturgos y guionistas, profesiones que hábilmente supieron combinar con su papel al servicio de la comunidad. La diversidad étnica y religiosa de esta zona, junto con el apoyo indiscutible de sus grupos de fans ha dado lugar a la formación de partidos políticos de corte nacionalista que no dudan en defender sus intereses culturales como signo de identidad social. El juego político en Tamil Nadu pone en evidencia la importancia que los medios y, en concreto, el cine ha tenido desde los años cuarenta y cincuenta del siglo XX hasta la actualidad en la conformación del escenario político. Este artículo, de corte histórico, tiene como objetivo determinar los puntos de inflexión de esta compleja relación entre el audiovisual y la política, correlación característica de Tamil Nadu, pero también de toda la India.

Palabras clave: India, política, cine, televisión, Tamil Nadu.

Abstract: In Tamil Nadu, one of the most populated states in the South of India, the relationship between cinema, television and politics can explain the success of some of its political leaders. Leaders who started their public activity as directors, actors or script writers, activities which they were successfully able to combine with their roles as public servants. The ethnical and religious diversity of this region, along with the unswayable support of their groups of fans, gave birth to the creation of nationalist political parties which do not hesitate to defend their cultural idiosyncrasy as a sign of social identity. The political game in Tamil Nadu highlights the importance that media, and especially cinema, has had since the forties and fifties of the twentieth century in shaping the political scene. This article, with a historical perspective, has as an objective to determine the turning points of this complex relationship between audiovisual and politics, correlation characteristic of Tamil Nadu but also of India as a whole.

Keywords: India, Politics, Cinema, Television, Tamil Nadu.

Resumo: Na região de Tamil Nadu, um dos estados mais povoados do sul da Índia, a relação entre cinema, televisão e política explica o sucesso nas urnas de muitos de seus líderes políticos. Líderes que começaram sua atividade pública como diretores, atores, dramaturgos e roteiristas, profissionais que habilmente souberam combinar com seu papel ao serviço da comunidade. A diversidade étnica e religiosa desta zona, junto com o apoio indiscutível de seus grupos de fãs tem dado lugar à informação de partidos políticos de corte nacionalista que não duvidam em defender seus interesses culturais como signo de identidade social. O jogo político em Tamil Nadu põe em evidência a importância que os meios e em concreto o cinema tem tido desde os anos quarenta e cinquenta do século XX até a atualidade na conformação do cenário político. Este artigo, de corte histórico, tem como objetivo determinar os pontos de inflexão desta complexa relação entre o audiovisual e a política, correlação característica da Índia, mas mais concretamente de Tamil Nadu devido a sua idiossincrasia regional.

Palavras-chave: Índia, política, cinema, televisão, Tamil Nadu.

Anuario Electrónico de Estudios en
Comunicación Social "Disertaciones",
vol. 8, núm. 2, 2015

Universidad del Rosario, Colombia

Recepción: 02 Diciembre 2014
Aprobación: 10 Junio 2015

Redalyc: [http://www.redalyc.org/
articulo.oa?id=511553193003](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511553193003)



Introducción

El estado de Tamil Nadu o ‘tierra de los tamiles’ está situado en el extremo sur de la India y limita con los estados de Pondicherry, Kerala, Karnataka y Andhra Pradesh. La región tiene una extensión de 130 266 km² y una población de 62 millones de habitantes, según el último censo de 2011¹. La capital del estado, Chennai, es actualmente la cuarta ciudad a nivel de población de la India y una de las más activas a nivel económico y cultural. Tamil Nadu es uno de los estados más ricos del país después de Maharashtra y el más urbanizado, con casi un 50 % de la población que vive en las zonas urbanas. La agricultura principalmente el cultivo de arroz y azúcar y desde los años noventa la industria automovilística han sido los dos sectores principales de su economía donde empresas como Hyundai, Ford, BMW, Mitsubishi, Komatsu, Nissan y Renault, entre muchas otras, tienen sus sedes en la capital.

La hegemonía de Bollywood que parece englobar a todo el cine comercial realizado en la India ha dado lugar a que los cines de otras regiones hayan sido marginalizados y sean desconocidos e invisibilizados². En Tamil Nadu se producen de 150 a 200 películas al año, pero existen además ciertas características que distinguen al cine producido en el sur y que tiene que ver con la historia cultural, social y política de la región. Mientras que las películas tamiles suelen mostrar al pueblo tamil, las películas de Bollywood presentan al ‘indio’ en general (Elena y Vasudev, 2003). Por otra parte, y es quizá una de las mayores diferencias con respecto al cine de Bollywood, la relación entre el cine tamil, la identidad dravídica, la política y el nacionalismo están profundamente relacionados. Desde la independencia con Gran Bretaña en 1947 las regiones del sur de la India iniciaron un tipo de revueltas locales y regionales que se puede estudiar a través de la relación que todavía hoy existe entre política y cine. El cine llegó a la India en 1896, y las primeras películas del sur fueron producidas a partir de 1916, filmes que jugaron un papel destacado en la creación de una conciencia nacional y regional, e impulsaron un cierto sentimiento colectivo arraigado en los valores de heroísmo, deber, coraje y amor a la nación y a la patria. La fuerte rivalidad entre las regiones del norte, de habla mayoritariamente hindi y de origen aryano y los del sur, de origen dravídico, llegaría a la gran pantalla desde sus inicios y se mantendría hasta la actualidad.

De esta manera en Tamil Nadu todos los Jefes de Estado desde los años sesenta han combinado su papel público como políticos con su profesión dentro de la industria del cine y este es el caso de políticos tan emblemáticos y desconocidos en occidente como C.N Annadurai, M. Karunanidhi, M.G Ramachandran (MRG) y J. Jayalitha, cuya trayectoria dentro y fuera de las pantallas comentaremos a continuación.

1. Cine y partidos políticos en Tamil Nadu: el origen

El movimiento de Suyamariathai Iyakkam o Movimiento de Auto Respeto, liderado por Periyar E. V. Ramasamy a partir de los años veinte del siglo pasado fue decisivo para ensalzar la conciencia nacional de los habitantes de Tamil Nadu. Periyar nació en el seno de una familia adinerada, pero desde temprana edad pudo ver las fuertes discriminaciones sociales y económicas que sufría la gran mayoría de la población india por razones de casta, etnia, clase social, religión o género, lo que suscitó su participación en movimientos sociales y políticos. El reformista y político participó a partir de 1919 en el Indian National Congress, militancia que abandonaría en 1925 al no compartir con los presupuestos elitistas del partido. Entre 1929 y 1932 recorrió Malasia, Europa y Rusia, viajes que tuvieron una influencia en su formación intelectual, y en 1939 fundó The Justice Party que pasaría a llamarse Dravidar Kazhagam en 1944 convirtiéndose en uno de los principales partidos políticos de Tamil Nadu³.

Periyar creía que la ruptura con las tradiciones religiosas era la única manera de instaurar el progreso y el desarrollo social sin distinción de clase, casta o género. De esta manera lo expuso en el *South Indian Reform Conference* de 1928:

He perdido la fe en las reformas sociales. Para alguien que cree en los cambios radicales basados en el respeto, igualdad y progreso, la alternativa a la situación actual no es la mera reforma, sino un trabajo de reconstrucción radical que debería pasar por destruir las estructuras tradicionales (Kudi Arasu, 1928).

En sus escritos señaló una y otra vez la discriminación que sufrían las castas más desprotegidas y fundamentalmente las mujeres. En uno de sus artículos, *Why Did Women Become Slaves? (¿Por qué las mujeres se han convertido en esclavas?)*, abogó por el divorcio, criticó los matrimonios concertados y no deseados e incluso tildó de sexista su propio idioma materno —el tamil— porque no había sinónimos para todas las palabras, como era el caso de viudedad y adulterio que solo existía en su versión femenina, inventando el neologismo de vidavan para los viudos y vibacharan para los hombres que ejercían la prostitución. El Movimiento de Auto Respeto promovió los matrimonios entre diferentes castas y religiones; impulsó las bodas con viudas, alianzas que ponían en tela de juicio las tradiciones hindúes más enraizadas al tener lugar sin la presencia de un brahmán o autoridad suprema y durante la noche —momento nada apropiado según la creencia hinduista—, y abogó por la penalización de los matrimonios entre niños. Reformas que tratarían de impulsar dos conocidas personalidades del mundo del cine C.N Annadurai y M. Karunanidhi quienes fundarían el Dravida Munnetra Kazhagam (DMK) partido que ganó las primeras elecciones regionales en 1961.

Tanto Annadurai como Karunanidhi comenzaron su carrera profesional en el cine antes que en la política. C. N Annadurai (1909-1969) inició la carrera política de la mano del Justice Party en 1935 y plasmó sus ideales nacionalistas en las revistas del movimiento Kudi

Arasu, Viduthalai y Dravida Nadu. El dramaturgo, conocido por ser un gran orador, se dio cuenta de la importancia de la imagen como medio de movilización social, e influido por las películas de Chaplin *Tiempos Modernos* (1936), *El Gran Dictador* (1940) y de Frank Capa *Opera Hat* (1935), escribió más de doce obras en las que no dudó en mostrar su posicionamiento político e ideológico a favor del más débil. La mayoría de sus guiones fueron llevados a la gran pantalla, entre ellos *Chandrodayam* (1943), *Velaikari* (1949), *Nalla Thambi* (1949) y *Oor Iravu* (1951). En *Nalla Thambi* (Good Brother) contó con la participación del conocido actor N. S. Krishnan en la que trató el tema del poderoso *zamindari* o terrateniente, y en *Velaikari* (Servant Maid) criticó, de nuevo, la avaricia de los ricos. El contexto social y cultural en el que estos largometrajes se presentaron le fue propicio: el cine limitado hasta entonces a las áreas urbanas se extendió a partir de la década del cuarenta a las áreas rurales gracias a llegada lenta, pero progresiva de la electricidad (Dickey, 1993). Por otra parte el público estaba deseoso de escuchar historias en las que se reflejaran sus propios problemas y anhelos, hecho que Annadurai supo plasmar en todos sus guiones.

A las filas del *DMK* se sumó M. Karunanidhi a finales de los años cuarenta, conocido también por su estrecha vinculación con la industria del cine. El guionista rápidamente se convirtió en el líder del partido y fue jefe del gobierno de Tamil Nadu en cinco ocasiones, la última de 2006 a 2011. Karunanidhi ha permanecido de manera intermitente en el poder durante más de medio siglo y no ha dudado en servirse de la gran pantalla para promover la ideología de su partido. En la película *Annadurai Veelaikkaari* (1948), criticó las pésimas condiciones laborales de las sirvientas que trabajaban al servicio de los terratenientes —aliados históricamente con el Partido del Congreso— y en *Parasakthi* (1952), reprobó duramente las prácticas hinduistas y segregacionistas. En esta película la protagonista, una mujer viuda, pobre y sometida a continuos abusos sexuales, es arrestada tras ahogar a su hijo recién nacido y tratar de suicidarse. Acusada de asesinato, responde ante el juez: *¿dónde estaba usted cuando vivía en la calle? ¿Qué hizo cuando mi hijo mamaba de mi pecho vacío?*... al fin y al cabo, la figura de la madre, imagen que los nacionalistas supieron enaltecer en su rol de Bharat Mata o madre de todos los indios, también fue utilizada por los movimientos dravídicos, quienes la moldearon según sus propios intereses particulares como se aprecia en la película *Kalidas* (1931) dirigida por H. M. Reddy y considerada por los historiadores de cine indio como una de las primeras películas sonoras en lengua tamil y en la que se invocaba a la *Vande Mataram* —larga vida a la tierra madre— como símbolo para combatir la hegemonía del norte de la India y de habla hindi⁴.

2. Ha nacido una estrella... política: el actor M. G. Ramachandran o 'MGR'

A partir de los años cincuenta del siglo XX y durante más de seis décadas, M. G. Ramachandran ha sido la estrella indiscutible dentro y fuera de



la pantalla. Conocido bajo el apodo de 'MGR', Ramachandran nació en 1915 en Sri Lanka, en el seno de una familia muy humilde que emigró a Tamil Nadu tras la muerte de su padre, iniciándose como actor y recorriendo el país con su compañía. MGR interpretó su primer papel en el cine en 1936 y desde entonces su carrera tanto cinematográfica como política fue en ascenso. El famoso actor integró las filas del DMK en los años cincuenta y tras la muerte de Annadurai en 1969, fundó el Annadurai-DMK o *AIADMK* en 1972 convirtiéndose en jefe del Estado tras ganar las elecciones de 1976 (Dickey, 1993).

El éxito de MGR no fue casualidad, el actor y político supo elegir cuidadosamente los personajes que interpretó durante décadas. MGR apareció siempre como héroe al servicio del pueblo y nunca como villano y no dudó en cambiar el texto de los guiones para enfatizar ciertos aspectos que deseaba mostrar públicamente: defender a los más pobres, proteger a los ancianos y los niños y vengar a los más débiles. En sus películas son siempre los poderosos, — retratados como ambiciosos y con falta de escrúpulos— los que son finalmente derrotados, y exaltó ciertos roles como el de la madre y el hijo piadoso, al mismo tiempo que condenó el consumo de alcohol o la prostitución. Alguno de sus mayores éxitos en la gran pantalla fueron las películas *Madurai Veeran* realizada en 1956 y *Nadodi Mannan* escrita, dirigida y producida en 1958 y en la que el actor interpretó los dos papeles principales: el rey y el vagabundo, el poderoso y el humilde, con la victoria final de este último, que enarbola como símbolo de lucha la imagen del sol naciente, ícono de su propio partido (Elena, 1999).

MGR actuó en más de cien películas durante los 36 años que estuvo activo como actor, la primera de ellas en un año tan clave como 1947, año de la independencia con Gran Bretaña. Conocido como *Vadiyar* (Teacher), *Puratche Nadigar* (Revolutionary Actor) y *Makkal Thilagam* (Idol of Masses), MGR se convirtió en un símbolo de las clases más empobrecidas del sur de la India. En una de sus películas más exitosas *Enga Vittu Pillai* (The Son and our Home, 1965) MGR interpretó un himno que se convertiría en todo un clásico de la música nacionalista de Tamil Nadu: *If you follow me, the poor will never suffer. First Christ came to preached; then Gandhi came and preached; but the people have forgotten. Now I will set things right.* Así mismo, en *Nam Nadu* (Our Country, 1969) el héroe —interpretado como no podía ser de otra manera por él mismo— ayuda a una anciana a pasar una calle, detiene a un carterista, protege a una joven de una agresión sexual y salva a unos niños de comer caramelos envenenados. Todo un superhéroe al servicio del menos poderoso y, no hay que olvidarlo, de aquel que acudía a las urnas para votar.

En enero de 1967 MGR sufrió un atentado y fue herido de bala. A las pocas horas más de 50 000 personas estaban concentradas en el hospital para conocer su estado, visitas que se prolongaron durante las seis semanas que estuvo ingresado. Desde el hospital como centro de operaciones dirigió su campaña y sus actos públicos, llevando de nuevo el partido

al poder en un momento que la popularidad del líder estaba en declive (Hardgrave, 2008)

El actor abandonó el cine y la interpretación a finales de los sesenta, pero se mantuvo en primera línea política hasta su muerte en 1987. Una de las ayudas con las que contó en todo momento para ganar las elecciones fue el apoyo incondicional de sus clubs de fans que desde el cincuenta le acompañaron en sus estrenos y en todos sus mítines, colaborando en muchas de sus campañas electorales e implicándose en tareas sociales que podían ir desde la limpieza de las escuelas y las calles, al abastecimiento de alimentos y al cobijo a los más desfavorecidos hasta la propia organización de mítines. Un acontecimiento que puso en prueba la capacidad de reunión de M. G Ramachandran fue el encuentro *All World International MGR Fan Club Conference* celebrado en 1986, en la ciudad de Madurai, un año antes de su muerte y que concentró a más de 10 000 participantes en su honor. En el congreso, el líder no dudó en mencionar: “La asociación de fans y el partido es todo uno y es lo mismo” (Sugimoto, 2008).

Tras el fallecimiento de MGR le sucedió su viuda V.N Janaki que sin el carisma de su esposo perdió las elecciones de 1989, aunque el partido volvió a alzarse con el poder en los comicios de junio de 1991, cuando la también actriz Jayalatitha, conocida como ‘*annni*’ —la mujer del hermano mayor por haber participado junto a MGR en numerosas películas—, tomó las riendas del partido. Pese al éxito en las urnas Jayalatitha nunca gozó del éxito cinematográfico de MGR y fue criticada por ser escandalosamente ‘moderna’ y vestir ropas occidentales, aunque lo cierto es que fue la única que supo llevar al AIADMK a la escena pública a partir de los años noventa (Dickey, 1993).

La presencia de MGR en la gran pantalla continuó tras su muerte. En 2005 durante la proyección de la película *Mannathi Mannan* en un cine de Madurai se concentraron numerosos *fans*, y durante las tres horas de largometraje, los espectadores no dejaron de tirar confeti, aplaudir y cantar sus canciones. La película que vio la luz en 1960 seguía teniendo un buen número de seguidores que no habían conocido al político en vida, pero a quienes su mensaje en la gran pantalla seguía teniendo sentido político (Dickey, 2008).

3. Televisión y elecciones regionales

La televisión llegó a la India relativamente tarde, las primeras emisiones televisivas comenzaron en 1959, tras la puesta en marcha de los primeros planes de desarrollo y su intento de promover el medio televisivo como trampolín desde el que hablar de temas educativos, sanitarios y sociales. En los sesenta, las primeras emisiones televisivas solo llegaban a la ciudad de Delhi, pero a partir del ochenta las mejoras técnicas posibilitaron una programación regular en Bombay, Calcutta, Madras, Srinagar, Amritsar y Lucknow de la mano de la cadena pública Doordarshan.

La apertura económica de principios del noventa finalizó con el monopolio televisivo e hizo que el panorama audiovisual comenzara a ser más competitivo a partir de esta fecha. Las nuevas cadenas internacionales

no dudaron en ofrecer a sus futuros espectadores una programación basada en temas nacionales, pero con formatos internacionales que procedían de Estados Unidos o Europa. En tan solo diez años, el mapa audiovisual indio pasó de una sola televisión de propiedad estatal a más de setenta cadenas privadas. En estos años, también surgieron las primeras cadenas regionales en sus dieciocho idiomas oficiales: Sun TV fue una de las primeras cadenas en asentarse en el estado de Tamil Nadu en 1993, a las que le siguieron las competidoras DD5, Jaya TV, Vijaya TV, Raj TV, Raj Digital Plus, Asia Net Bharati y Hungama, que desde entonces han sabido ganar audiencia dentro de un mercado muy complejo y segmentado.

En las elecciones regionales de Tamil Nadu celebradas en 2006 la televisión, al igual que en décadas anteriores lo hicieran el teatro y posteriormente el cine, tuvo un papel destacado durante toda la campaña. Los dos partidos con más peso en las urnas, el DMK y el AIADMK son a su vez accionistas de los grupos televisivos Sun TV y Jaya TV y desde los años ochenta la batalla por gobernar la región de Tamil Nadu ha navegado entre ambos partidos. El DMK es accionista mayoritario del periódico tamil Murasoli que inició su andadura en 1942, del semanario *Kunguman* y del diario *Dinakaran*, y ha contado con el apoyo de Sun TV durante décadas. Sun TV es en la actualidad un conglomerado de catorce canales televisivos, cuatro cadenas de FM, dos periódicos y cuatro revistas, la mayoría de ellas en lengua tamil. Sun TV inició sus emisiones el 14 de abril de 1993, con un programa de tres horas de duración, para emitir las veinticuatro horas del día a partir de enero de 1999, y es una de las cadenas con más espectadores dentro y fuera de la India gracias a una programación centrada en el entretenimiento y principalmente en el cine. La compañía lanzó *Sun News* en mayo de 2000 y en octubre de 2002 el canal de películas en lengua tamil KTV, a la que le seguiría la cadena Sun Music centrada en todo tipo de música dirigida a la gente joven y que se puede ver en lugares tan dispares como Kenia, Madagascar, Dubái o Londres.

El partido AIADMK no tiene una relación tan estrecha con la pequeña pantalla como el DMK, aunque su comité ejecutivo también forma parte del accionariado de Jaya TV. El apoyo de estos dos emporios comunicativos a los respectivos partidos políticos se hace más patente durante las campañas electorales. Sun TV emite un resumen informativo media hora antes que Jaya TV y en ellos se rebaten o se aclaran noticias relativas al campo político y económico de la región (Ranganathan, 2008). En los últimos años el DMK ha encontrado un nuevo aliado televisivo en las cadenas Raj TV y Kalaignar TV y se han servido de estos dos medios para anunciar de manera reiterativa su intención de ofrecer televisiones gratuitas a las familias más desfavorecidas si ganaban los próximos comicios (Ranganathan, 2008).

En las últimas elecciones de 2011 el partido ganador Anna Davrida Munnetra Kazhagam volvió a elegir a J. Jayalalithaa como Primer Ministro, puesto que ya había ocupado de 1991 a 1996 y de 2001 a 2007, desbancando al partido opositor con M. Karunanidhi a la cabeza, que ya había ocupado ese puesto en tres ocasiones: 1987-1991, 1996-2001

y 2006-2011. Un bipartidismo que parece continuará en las próximas elecciones y en el que el papel del cine y la televisión siguen siendo decisivos.

4. A modo de conclusión

Jawaharlal Nehru el Primer Ministro de la India independiente entre 1947 y 1964 y miembro del Partido del Congreso apoyó la idea de crear un instituto especializado en tecnologías de la comunicación y trató que la recién creada *All India Radio* (AIR) fuera un organismo con una cierta autonomía para servir a la nación. Su sucesora e hija Indira Gandhi fue también consciente de la importancia de la televisión y del cine como medio para finalizar con los obstáculos geográficos, demográficos y socioculturales de un país tan complejo lingüísticamente y socialmente como es la India. Indira Gandhi redujo el impuesto sobre la fabricación de los televisores, medida que incrementó su producción que pasó de 1200 aparatos en 1967 a más de 250 000 en 1977, convirtiendo a la televisión en la India en un medio de masas a finales de los años ochenta y comienzos de los noventa (Deprez, 2006).

El papel del cine, de los medios de comunicación y, actualmente, del Internet ha sido decisivo en la reconfiguración de la India como nación. La televisión al igual que la radio y la prensa sirvieron como elementos de integración nacional, pero también de cobijo regional en un país con una fuerte diversidad étnica y religiosa. El cine popular indio se convirtió en un espectáculo de masas antes de que llegara la televisión y sigue cosechando éxitos dentro y fuera de sus fronteras; por su parte, la televisión ya no es un objeto de lujo y entre los que tienen televisión, un sesenta por ciento están abonados a cable y reciben todo tipo de cadenas extranjeras, al igual que nacionales y locales.

El estado de Tamil Nadu, en contraste con otros estados de la India, tiene un alto porcentaje de la población que está dentro de lo que se denomina *backward castes* o castas desfavorecidas y cuenta con los índices de alfabetización más altos del país gracias a las medidas educativas de los diferentes gobiernos regionales, lo que ha favorecido el nacimiento de partidos nacionalistas enfrentados con los movimientos del norte del país (Wyatt, 2002). El bipartidismo que desde los años setenta existe entre el DMK y el AIADMK ha configurado todo el panorama político de Tamil Nadu, aunque es previsible que en las próximas elecciones que tendrán lugar en 2016 nuevos partidos políticos como The New Justice Party, The Makkal Tamil Desam Katchi y The Kongu Nada Makkal Katchi, traten de formar coaliciones para tener más representatividad en las cámaras⁵.

En el momento actual, la presencia de actores y directores de cine y televisión dentro de las tribunas parlamentarias sigue dando muy buenos resultados, incluso entre aquellos que no dudan en afiliarse al partido de la oposición al verse desplazado dentro de sus filas, como ha sido el caso reciente del miembro del DMK Sarath Kumar, que pasó a las filas del AIADMK o de K. Bhagyaraj que recorrió el camino contrario pasando del AIADMK al DMK. Lo que demuestra la estrecha relación entre cine

y política en la India que se acentúa aún más en el Estado sureño de Tamil Nadu.

La relación entre cine, televisión y política muestra el enorme peso que las industrias audiovisuales han tenido y tienen en este país. Los políticos no dudan en establecer alianzas con cadenas televisivas o productoras de cine si de esta manera consiguen mayor popularidad y votos. Existen, sin embargo, casos especiales de grupos políticos que rechazan los medios generalistas y optan por una comunicación más directa y menos convencional, Samaj Party (BSP) que ha liderado de manera intermitente el estado de Uttar Pradesh desde los años noventa y cuyos líderes utilizan otros medios alternativos, como el teatro o la música que tan bien como el partido Bahujans resultados les han dado desde hace más de veinte años (Badri, 2006). Todo es posible en un país cuyas elecciones generales duran varios meses y cuya devoción por ciertas películas y series televisivas no deja de asombrar, este fue el caso del éxito de las series televisivas emitidas en los noventa *Ramayana y Mahabharata*, que llegaron a colapsar un país de más de un billón de habitantes durante los años que duró su emisión. En la India, las estrellas de cine son adoradas como si se trataran de dioses y, por ello, no dudan en ser captadas por los partidos políticos. Ya lo explicó Robert L. Hardgrave en su conocido artículo sobre Tamil Nadu *When Stars Displace the Gods*. Las estrellas de cine han venido desplazando a los dioses para quedarse.

Referencias

- Badri, N. (2006). *Women Heroes and Dalit Assertion in North India: Culture, Identity and Politics, Cultural Subordination and the Dalit Challenge*, New Delhi: Sage Publications.
- Deprez, C. (2006). *La télévision indienne, un modèle d'appropriation culturelle*, Bruxelles: Institut National de l'audiovisual.
- Dickey, S. (1993). The Politics of Adulation: Cinema and the Production of Politicians in South India. *The Journal of Asian Studies*, 52(2), 340-372.
- Dickey, S. (2008). The Nurturing Hero. Changing Images of MGR. En S. Velayutham (Ed.). *Tamil Cinema: The Cultural Politics of India's Other Film Industry* (pp. 77-94). Londres: Routledge.
- Elena, A. (1999). *Los cines periféricos: África, Oriente Medio, India*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Elena, A. (2007). Global Bollywood. *Antropos*, 216, 102-108.
- Hardgrave, R. (1975) *When Stars Displace the Gods: the Folk Culture of Cinema in Tamil Nadu*. Austin: University of Texas Press.
- Hardgrave, R. (2008). Politics and the film in Tamil Nadu. The stars and the DMK. En S. Velayutham (Ed.). *Tamil Cinema: The Cultural Politics of India's Other Film Industry* (pp. 60-76). Londres: Routledge.
- Ramasamy, P. (26 de noviembre, 1928). *Kudi Arasu*.
- Ranganathan, M. (2008). Give me a vote, and I will give you a TV set. Television in Tamil Nadu politics. En N. Mehta (Ed.). *Television in India, Satellites, politics and cultural change* (pp. 107-121). Londres: Routledge.

Wyatt, A.K. (2002). New alignments in South Indian Politics. The 2001 Assembly Elections in Tamil Nadu. *Asian Survey*, 42(5), 733-753.

Notas

- 1 Censo de Tamil Nadu 2011: <http://www.census2011.co.in/census/state/tamil+nadu.html>
- 2 La industria cinematográfica en el sur con sede en la ciudad de Madras es la que cuenta con mayor número de estudios, capital invertido y personas que trabajan en el sector audiovisual (Hardgrave, 2008).
- 3 Al partido en sus inicios también se le conocía bajo el nombre de Thanthai Periyar o (Padre Honorable). El partido todavía existe, está dirigido por K. Veeramani y es un partido de corte nacionalista. <http://www.dravidarkazhagam.org/>
- 4 Hasta mediados de los años treinta la mayoría de las películas tamiles tenían un contenido mitológico, pero a partir de 1936 los temas sociales pasaron a ser los más característicos de su producción. (Hardgrave, 2008). Kalidas cuenta la historia del poeta en sánscrito y dramaturgo que da título a esta película.
- 5 En las elecciones del año 2001, el *DMK* contó con el apoyo del *Democratic Progressive Alliance* y *The Indian Union Muslim League* y el *AIADMK* estableció alianzas con el *MKMK*, the *BJP*, the *Janata Dal* y otros pequeños partidos para alzarse con el poder.

Información adicional

Para citar este artículo: Val, A. (2015). Cuando las estrellas llegan a las urnas: política, cine y televisión en Tamil Nadu. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 8(2), 28-36 DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones.02.2015.02>