



Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

Nollywood. Recorrido por la industria cinematográfica de Nigeria

Alumno/a: Ivone Palenzuela Rodríguez

Tutor/a: Dr. Fernando Iturrate Cárdenes

Curso académico

2018-2019

Resumen

Lejos de los focos de Hollywood y sin hacer ruido en los medios de comunicación occidentales, Nigeria, el país más poblado y rico de África, ha creado la segunda industria cinematográfica que más películas produce del mundo: Nollywood. Para entender Nollywood debemos dejar de lado los estándares del cine occidental e interesarnos por la cultura nigeriana. En lugar de seguir las directrices impuestas por los colonos, los cineastas nollywoodienses se decantaron por inventar sus propias historias basadas en la personalidad de su país.

Esta industria gira en torno a temáticas relacionadas con la mitología popular y las tradiciones, así como alrededor de un mercado fundamentado en la compraventa de VHS y DVDs. Nollywood no está diseñado para exponerse en la gran pantalla, sino en un televisor al calor del hogar y del concepto africano de comunidad.

El éxito de Nollywood es indudable y su crecimiento, imparable. Sin embargo, la información sobre este imperio cinematográfico no llega a Occidente y esto provoca que medio mundo desconozca su existencia.

Abstract

Far from Hollywood's lights and unnoticed in Western mass media, Nigeria, the most populated and the richest country of the African continent, has created the second most productive cinema industry in the world: Nollywood. To understand Nollywood, we should set aside the Western standards and get to know the Nigerian culture. Instead of following the British colonial influence, they have invented their own stories based on their country's personality.

This industry focuses on topics related to popular mythology and the traditions of the country, and also on the market of VHS and DVDs. Nollywood is not intended for the

big screen - it's an industry created for the TVs of Nigerian people's home, stressing the African concept of community.

The success of Nollywood is undoubted and its growth, unstoppable. Nevertheless, the information about this cinematographic empire doesn't reach Western countries and therefore, it's unknown for many people.

Palabras clave: *Nollywood, industria cinematográfica, VHS, home video, análisis*

Key words: *Nollywood, cinematography industry, VHS, home video, analysis*

Índice

1. Introducción	5
1.2. Objeto de estudio	6
1.3. Justificación	6
2. Contexto histórico: la creación de Nollywood	8
2.1. Los antecedentes: cine colonial	8
2.2. El inicio de Nollywood: Living in Bondage	13
2.3. Del home video al Nuevo Nollywood	16
3. Estado de la cuestión	17
3.1. Nigeria: El país que desarrolló la segunda industria cinematográfica más potente del mundo	17
3.3. Premios y festivales	21
3.4. Star system	23
3.5. Títulos famosos	24
3.6. Piratería y nuevas plataformas	27
4. Hipótesis	29
5. Objetivos	29
6. Metodología	30
6.1 Encuesta de Google	30
6.2. Nollywood en los periódicos españoles	32
6.3. Análisis de películas	33
7. Análisis y resultados	35
7.1. Conocimiento de la población sobre Nollywood	36
7.2. Análisis de periódicos	40
7.3. Análisis de películas	46
8. Conclusiones	58
9. Bibliografía	62

1. Introducción

El pasado mes de enero se presentaron los nominados a los Premios Oscar 2019. La película *Black Panther* consiguió 6 nominaciones y con ello, la sorpresa de todo Hollywood al ser la primera producción de Marvel candidata a ganar el galardón a mejor película. La historia transcurre en *Wakanda*, un hipotético país africano al que no llegó la colonización y que ha conseguido grandes riquezas y rentabilidad gracias al desarrollo de la tecnología. El territorio está gobernado por el *Black Panther*, un rey que al aceptar la corona se convierte en superhéroe. Para el mundo entero es una película más de ciencia ficción pero para África ha sido toda una revolución. Se trata del primer superhéroe negro con película propia y, lo más importante, es la primera historia elaborada en Occidente en la que no se cuenta un África de miseria, hambre y violencia.

El *film* consiguió 3 estatuillas y con ello, generar más sorpresa. En el año 2019 se han dejado de lado los estereotipos y se ha narrado el continente africano desde otra perspectiva. Esto que ha conseguido *Black Panther* es la clave de Nollywood, la segunda industria cinematográfica más potente del mundo en cuanto producción, por detrás de la India y por delante de Estados Unidos. Nigeria se desnudó de los clichés que dejó la colonización, no quiso seguir la senda del cine occidental y decidió crear su propio camino en el séptimo arte.

El país alcanzó la independencia de Inglaterra en 1960. Los comienzos fueron complicados puesto que los ingleses aportaban tecnología y conocimiento, pero poco a poco una generación de jóvenes cineastas empezó a crear cintas sin parar. El objetivo era claro: la temática tenía que acercarse a la población, había que contar historias nigerianas y guardar fidelidad a las tradiciones del país. Ni Estados Unidos ni Europa eran un modelo a seguir puesto que lo único que se pretendía era conseguir el *feedback* de los ciudadanos de un país muy distinto a Occidente. Si bien es cierto, todas estas intenciones tardaron en relucir y la fuerza y el potencial de la industria no se conocieron hasta que Kenneth Nnebue decidió grabar un vídeo en uno de los VHS de su tienda de electrónica para intentar ganar algo más de dinero. De esa idea nació *Living in Bondage* y, de esta película el mercado cinematográfico llamado a superar al todopoderoso Hollywood en producción.

Nollywood ha logrado crecer y ha pasado de la elaboración de vídeos caseros en VHS a superproducciones que se estrenan en el famoso Netflix. Ha pasado de la familiar tienda de electrónica de Nnebue a las alfombras rojas de los grandes premios. Ha sabido crecer en un país complicado lleno de contrastes, con riqueza y pobreza a la vez. Un país en el que el cine avanza cada vez más y a día de hoy, ya es la segunda fuente de empleo y aporta un 1,4% al PIB nacional.

Una industria creada por nigerianos y dirigida al consumo de nigerianos. Una industria local que da trabajo a sus ciudadanos y que cuenta la realidad de uno de los países más multiculturales y poblados del mundo.

Nigeria no ha necesitado de Occidente para desarrollar su Nollywood, de hecho, su crecimiento ha pasado inadvertido para los medios de comunicación. Si preguntáramos a un grupo de personas si conoce el cine nigeriano, lo más probable es que ninguno tenga conocimiento de ello. Mientras, todos sabrán lo que es Hollywood y hasta incluso Bollywood. África ha quedado relegada históricamente de la agenda de los medios occidentales. Tan solo aparece la desgracia y la miseria de un continente que, si bien sufre grandes injusticias y desigualdades también guarda muchos secretos interesantes como este. Nollywood, el secreto mejor guardado de Nigeria que poco a poco está saliendo a la luz a base de la producción de grandes largometrajes.

1.2. Objeto de estudio

El objeto del presente estudio es Nollywood, la industria de cine de Nigeria. En este trabajo se pretende dar cuenta de la evolución de la industria en todos los aspectos y hacer un análisis del tratamiento que realizan los medios de comunicación sobre Nollywood y como consecuencia, el conocimiento que tiene la población sobre ello.

Como bien se indica en el título se hará un recorrido por todo el cine nigeriano. Desde los inicios marcados por la influencia de los colonizadores ingleses hasta la actualidad, pasando por las características del fenómeno, el momento de su erosión y el pasado y presente del país en el que ha crecido la industria.

1.3. Justificación

África no existe en los medios de comunicación españoles. El periodista Felipe Sahagún (2013) publicó en su blog un análisis sobre el tratamiento informativo que se realiza acerca del continente:

*La atención periodística a la realidad internacional siempre es cíclica: muy intensa cuando hay rupturas graves de la normalidad y muy débil cuando las cosas vuelven a la rutina [...] Será más noticia lo que se pueda atribuir a personas o actores influyentes con nombres y apellidos. Lo será menos o nada lo que no tenga origen conocido o requiera largas y complejas explicaciones.*¹

Joana Socías (2016), excorresponsal en Kenia complementa la información aportada por Sahagún en el mismo texto y señala que, “se recurre mucho al ‘concepto África’ para simplificar realidades que son tan dispares como Europa de Asia. [...] Los temas siempre son los mismos: corrupción, SIDA, hambrunas...”. El periodista Alberto Rojas (2016) también aporta su opinión: “Los medios españoles siempre esperan historias que encajen con esa percepción: señores de la guerra, hambruna, colonización de África, minerales de sangre, mujeres violadas...”.²

Ante este panorama se puede contemplar como en la agenda de los medios españoles no cabe contar historias sobre cultura, ocio, economía o deporte africanos. No hay espacio para cuestiones alejadas de las relatadas por Socías o Rojas. Por ello, no ha habido ni hay espacio para Nollywood.

Bien es cierto que estas declaraciones se realizaron hace 6 años y que, por lo tanto, la coyuntura ha podido cambiar. Secciones como *África no es un país* del periódico *El País* o medios como *5W's* se han convertido en portavoz de otras realidades sobre el continente. Aun así, estos medios dirigen sus noticias a personas ya interesadas por África y no al conjunto de la población.

De esta manera, justificamos el escaso tratamiento de la cultura africana y la nula presencia de Nollywood en la agenda informativa española. Tan solo en 2014 y 2015 hubo varias apariciones de Nollywood en los noticieros españoles.

Tal y como se narra en el blog de Sahagún, la imagen que se crea sobre África es estereotipada. Al no haber espacio para la cultura, la sociedad ni siquiera se imagina que haya vida más allá de la miseria y la pobreza simplificando así la historia y patrimonio de 54 países.

¹ F. Sahagún (2013). África en los medios españoles. *Felipe Sahagún*. Vía: <http://felipesahagun.es/africa-en-los-medios-espanoles-2/> / Recuperado el 03/02/2019.

² F. Sahagún (2013). África en los medios españoles. *Felipe Sahagún*. Vía: <http://felipesahagun.es/africa-en-los-medios-espanoles-2/> / Recuperado el 03/02/2019.

No obstante, aunque no lleguen noticias sobre Nollywood, su explosión ha tenido un impacto positivo en la sociedad nigeriana en particular y en la africana en general, ya que otros países como Ghana también han desarrollado una potente industria cinematográfica (Ghallywood). Esta investigación pretende analizar ese impacto social e intentar descubrir si se puede traducir en beneficios económicos y políticos.

Nigeria, como la mayoría de del continente, cuenta con una amplia cultura desconocida para Europa. Lenguaje, tradición...¿Cómo encaja la industria cinematográfica en las costumbres del país? ¿Cuál es la temática de las películas? ¿Cómo se consumen las películas?

Responder a estas cuestiones y, sobre todo a las que se plantearán en la hipótesis será una difícil tarea ya que la información teórica sobre esta disciplina cinematográfica es escasa, sobre todo en lengua española. Por lo tanto, otro argumento para defender la elaboración de este estudio sobre Nollywood será teorizar sobre este cine en nuestro idioma para hacerlo más accesible a la ciudadanía.

2. Contexto histórico: la creación de Nollywood

2.1. Los antecedentes: cine colonial

Antes de que los países africanos consiguieran su independencia, la industria cinematográfica estaba controlada por los estados colonizadores. Nigeria logró separarse de Inglaterra en 1960. Según Val Cubero (2015), hasta ese entonces los ingleses utilizaban el cine para instruir a los nigerianos y hacer propaganda política. El director de cine Femi Odugbemi (2017) resume en el prólogo del libro *Nollywood: The making of a film empire* el tratamiento que los colonos daban al cine:

Hasta los últimos veinte o treinta años la cultura y la historia de las comunidades africanas han sido contadas por los colonos. Estas narrativas, lejos de ser honestas, lejos de ser auténticas, son políticas. [...] Los colonos usaron el cine para explicar que lo civilizado era comer con cuchillo y tenedor, como si los nativos no comiéramos antes de que ellos llegaran. [...] Si conocías a un dios antes de que ellos vinieran, el cine te daría un dios mejor. [...] Las películas permitían expresar, contar, sorprender, entretener, por medio del adoctrinamiento. A menos que estuvieras al mando, tu historia estaba en peligro. A menos que estuvieras al mando, tu historia la contarían otros (p.13).

El propio Odugbemi separa en cuatro periodos temporales la historia de Nollywood: 1980-1990/1990-2000/2000-2010/2010-2015. Ante esta clasificación se puede crear la visión inexacta de que se trata de un cine imberbe que acaba de ponerse en marcha. Lo cierto es que la explosión de Nollywood sí tiene lugar durante los años que marca el director nigeriano pero antes de 1980, incluso antes de la independencia, Nigeria empezaba a cosechar sus primeros cineastas.

Según Obiaya (2011), la primera proyección cinematográfica del país tuvo lugar en 1903, en la ciudad de Lagos, de la mano del español-guineano Balboa de Barcelona, quien recorrió África Occidental exhibiendo una película de cine mudo.

A partir de los años 20, el gobierno británico empezó a usar el cine con la intención de ayudar al desarrollo de las colonias. Las primeras películas realizadas en este periodo estuvieron relacionadas con temas de salud. *Anti-Plague Operations, Lagos, (1929)* fue una serie de 15 películas sobre temas relacionados con la salud que se pudieron ver en salas públicas de todo el país. (Val Cubero, 2015). Estas películas fueron creadas por William Sellers, un británico encargado de la sanidad en el gobierno nigeriano, y uno de los hombres que más influiría en el desarrollo del cine colonial en Nigeria.

En 1927, los británicos comenzaron a entender el potencial del cine para educar e influir en las colonias. En este momento, empieza a haber un cambio en la mentalidad de los cineastas británicos y se da un giro a la intencionalidad de las películas. A partir de ahora, el fin del cine colonial en Nigeria y en el resto de países colonizados sería la propaganda. Tendencia que aumentaría aún más con la llegada de la Segunda Guerra Mundial.

En 1935 se crea de *The Bantu Educational Kinema Experiment (the B.E.K.E.)*, un proyecto impulsado no por el gobierno británico, sino por el *International Missionary Council* de manera voluntaria. La temática de las películas de B.E.K.E. se centraba en educar y contar a los nativos el modo de vida británico de la época. Esta entidad estaba formada por cineastas ingleses, pero algunos africanos también participaban en la producción de las películas. En 1937, el proyecto B.E.K.E. llega a su fin y aparece en el tablero su predecesor, la *Colonial Film Unit*, creada por el gobierno británico (Obiaya 2011).

Ideada en 1939 y coincidiendo con el inicio de la Segunda Guerra Mundial, la CFU inició una férrea campaña de propaganda política. En sus comienzos, esta productora

tuvo que reeditar antiguas películas europeas, ya que, debido a las situación hostil en la que se encontraba el planeta, carecía de mano de obra para grabar nuevas creaciones (Obiaya, 2011).

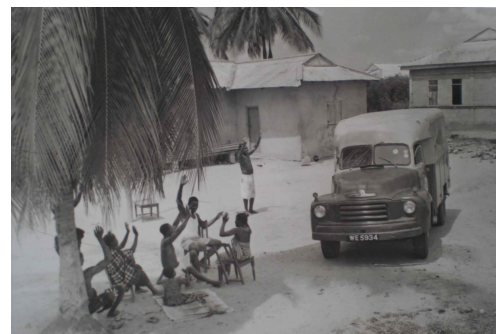
La CFU fue dirigida por el ya mencionado William Sellers, quien acabaría consiguiendo el monopolio de producción de películas nigerianas durante los próximos 30 años. Sellers encontró en Pearson, un veterano cineasta, a su fiel asistente. Juntos crearon la primera película de la CFU: *Mr. English at Home* (1940). Tal y como indica Tom Rice, una representación de la vida inglesa dirigida a los “analfabetos” africanos. Según Rosaleen Smyth, “narraba el día a día de una familia inglesa: levantarse, lavarse, desayunar, vestirse e ir al trabajo”. Otra de las grandes producciones de este periodo es *An African in London* (1940), que narra la vida de un nigeriano de clase alta en la capital del Imperio. Con ello, se pretendía mostrar que los nativos tenían la oportunidad de formar parte de Inglaterra (Smyth, 1988). Tras estas película se creó la tendencia de realizar relatos sencillos porque, según Sellers, “la audiencia africana tiene limitadas habilidades cognitivas que le imposibilitan entender el moderno lenguaje fílmico”. Este fue el tipo de cine que grabó la CFU durante la Segunda Guerra Mundial, producciones pobres en lo que se refiere a las cualidades técnicas, con poca presencia de personajes africanos, de corta duración y con claras intenciones de mostrar la supremacía del Imperio británico (Rice, 2010).

Con la guerra acabada, la CFU cambió la temática de sus películas y empezó a elaborar un cine más instructivo. Su intención era la de enseñar a los africanos nuevas técnicas de agricultura y construcción. Un ejemplo de este tipo de cine es *Nigerian Cocoa Farmer* (1948),³ un corto que enseña a los nigerianos a cultivar y cuidar la planta del cacao, uno de los principales sustentos de la economía nigeriana. Otras producciones relevantes de esta época fueron *Towards True Democracy* (1947), *Good Business* (1947) o *Village Development* (1948) (Rice, 2010). Esta última acaba inspirando *Daybreak in Udi*. Un documental sobre el crecimiento social y económico en Udi, una localidad de la ciudad nigeriana Enugu. Fue dirigido por Terry Bishop y consiguió el Oscar y el Premio BAFTA a mejor documental. El documental habla sobre las ideas de Edward Rowland Chadwick, un oficial del gobierno británico que ideó un plan de desarrollo colectivo en las comunidades. El propio Chadwick aparece en el documental interpretándose a sí mismo. Hay varias opiniones al respecto de este

³ Se puede ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=riasskfXBIM>

documental, por una parte, es un ejemplo de cómo ayudar a las poblaciones nativas a crear su propio desarrollo, y por otra, puede entender como una nueva forma de manipulación en la que precisamente, se marca el camino de cómo deben evolucionar las ciudades.⁴

Todas estas películas eran proyectadas en las *Mobile Cinema Vans*, unas furgonetas que transportaban proyectores y pantallas por varias zonas del país y del África Occidental. El uso de estas furgonetas era algo típico en otros lugares como Escocia, Estados Unidos o la URSS.⁵



En 1948 tuvo lugar *The Film in Colonial Development*, una conferencia que pretendía reflexionar sobre el monopolio de la CFU en el cine colonial. Se empezaba a respirar aires de descolonización y los británicos entendieron que poco a poco tenían que ir cediendo terreno a los locales. John Grierson, el director de la *Central Office Information*, ante la inminente caída de la CFU expuso la necesidad de “crear una productora con intenciones reales de descentralización y en la que los nativos puedan participar. [...] No es cuestión de que las películas vengan desde fuera, sino de que las películas sean creadas por y para los propios africanos”.⁸

⁴Page, B. (2014). And The Oscar Goes to...Daybreak in Udi. *Wiley Online Library*. Vía <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/dech.12119> Recuperado el 15/02/2019

⁵ Mobile Cinema. *Wikipedia*. Vía https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_cinema Recuperado el 15/02/2019

⁶ Blaylock J. (1960). Fotografía. Recuperado de: <https://cinemaintransit.wordpress.com/2011/01/31/mobile-cinema-van-visits-prampram-ghana/>

⁷ Blaylock J. (1960). Fotografía. Recuperado de: <https://cinemaintransit.wordpress.com/2011/01/31/mobile-cinema-van-visits-prampram-ghana/>

⁸ Crawley A., Grierson J., Beale C., Pearson G., Izon A., Blackburne K. (1948). *Conference on the Film Colonial Development*. British Film Institute. London.

A partir de esta conferencia, la CFU cambió su estrategia y empezó a crear pequeñas productoras de cine en países como Jamaica, Ghana y Nigeria. En 1949, se crea en Accra la primera escuela de cine del continente africano.

En Nigeria se instauró la *Nigerian Film Unit*, también conocida por *Federal Film Unit*. Nació en 1950 y dio sus primeros pasos bajo las directrices de la CFU. La temática de las películas seguía centrándose en educar a los nigerianos y en mostrar los logros conseguidos por el Imperio (Rice, 2010). Ikechukwu Obiaya uno de los estudiosos sobre Nollywood más importante, escribió su tesis sobre el impacto de la colonia inglesa en el cine nigeriano. Para Obiaya, la NFU sigue la línea de la CFU en lo que al tipo de películas producidas se refiere. De hecho, no fue hasta después de la independencia cuando los locales pudieron coger las riendas y controlar la temática de las películas producidas por la entidad (Obiaya, 2011).

Sin embargo, durante este periodo la FFU consiguió llevar el cine a muchos poblados nigerianos por medio de sus *Mobile Cinema Vans*. A pesar de la influencia de la CFU y de que la totalidad de las producciones estaban supervisadas por extranjeros, la FFU sirvió a los nigerianos como una escuela de formación para aprender las técnicas cinematográficas (Omanufeme, 2016).

Entre la década de los 50 y los 70, Nigeria vive un periodo convulso en el que los conflictos y la inestabilidad se suceden. El país consigue la independencia en 1960 y en 1967 estalla una guerra civil, también conocida como la Guerra de Biafra.⁹

Tras alcanzar la independencia, todos los países africanos tuvieron una experiencia similar con respecto al cine debido a la fuerte influencia colonial, puesto que se había marcado una estructura y una idea preconcebida de lo que era el séptimo arte. No obstante, desde la creación de Escuela de Accra se forma una base sólida de cineastas nigerianos que mantiene intacta la pasión por el celuloide y que empieza a contar historias alejándose del pensamiento colonial: Hubert Ogunde, Jab Adu, Ola Balogun, Adeyemi Afolayan y Eddie Ugboma son los directores más destacados de este periodo.

Ola Balogun, es considerado uno de los cineastas más talentoso de esta etapa. Estudió en París en los años sesenta y rodó numerosos documentales y películas entre las que destacan *One Nigeria* (1960) y *Thundergod* (1971), sobre la independencia y la lucha colonial (Val Cubero, 2015). El profesor Alberto Elena, en su

⁹ Se conoce como la Guerra de Biafra al conflicto político-étnico causado por el intento de independencia de las provincias del sudeste nigeriano.

libro *Cines Periféricos*, se refiere a él como “la gran sorpresa a quien se debe las primeras película nigeriana rodada en una lengua autóctona Amadi (1975), y Ajani-Ogun (1976)”. Esta última es una comedia musical inspirada en el teatro yoruba tradicional. Según Elena, es “el mayor éxito comercial de toda la historia del cine africano”.

Algunas corrientes de historiadores sitúan el punto de partida de Nollywood en la película *Kongi's Harvest* (1970), una adaptación de una obra escrita por Wole Soyinka, quien en 1986 sería galardonado como Premio Nobel de Literatura. El productor del largometraje fue el nigeriano Francis Oladele, pero fue dirigida por el estadounidense Ossie Davis y la mayor parte de los técnicos que participaron en la elaboración del *film* eran extranjeros.¹⁰

Durante la década de 1980 la industria de cine del país se vino abajo. Algunos expertos indican que entre el *Indigenization Decree*¹¹ propuesto por el General Yakubu Gowon en 1972 y el *International Monetary Fund* de 1986, el comercio local se ahogó y el intercambio de bienes con el exterior se volvió complicado (Witt, 2017: 29). El mercado de cine ambulante ya había desaparecido debido a la violencia en las calles y las salas en las que se proyectaban películas fueron destinadas a cubrir actos religiosos (Witt, 2017:22). Es en este momento cuando la gente empieza a consumir las películas en el hogar. “En parte, el declive de la industria fue lo que propició el crecimiento de Nollywood. La demanda para ver películas en casa crecía y se formó una audiencia VHS”, afirma Emily Witt.

2.2. El inicio de Nollywood: Living in Bondage

Living in Bondage (1992)¹² se considera la película inaugural de lo que hoy se conoce como Nollywood. El director Chris Obi-Rapu y el guionista y actor principal Kenneth Nnebue, crearon una historia nigeriana sin intromisión extranjera.

Según Inés Lucía (2016):

“Hasta entonces las películas con éxito de este continente eran producciones apoyadas y financiadas desde el exterior en la que se contaba historias de denuncia social con impresionantes planos artísticos y una excelente fotografía. Viajaban para ser admiradas en las taquillas de cines alternativos

¹⁰ Omanufeme, S. (2016). *Nollywood, un éxito arrollador*. Finanzas y Desarrollo. 30-32.

¹¹ Decreto cuya intención fue la nigerización de la economía. Se basó en la nacionalización del comercio, de la mano de obra y de la tecnología.

¹² Se puede ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=oGXs6Cd1jfA>

Europeos donde eran aplaudidas como voz de la subalternidad. Pocas veces eran vistas y disfrutadas por la población mayoritaria africana”.

Lo que describe Inés Lucía es precisamente el momento en el que nace esta industria cinematográfica. Los africanos en general y los nigerianos en particular, han encontrado por fin una película que habla de sus intereses, que elige su temática en función de la cultura de la audiencia a la que va dirigida y que respeta y comparte las tradiciones locales. Para la periodista Emily Witt, *Living in Bondage* “inspiró una industria” (Witt, 2017: 22).



13

Kenneth Nnebue tenía una tienda de productos electrónicos en la ciudad de Lagos. En su comercio había gran cantidad de VHS en blanco que no conseguía vender. Con la intención de buscar la rentabilidad de su negocio, decidió empezar a grabar material en esas cintas en blanco. Así nació *Living in Bondage*, una historia de 163 minutos de duración en la que se relata como un hombre vende a su mujer al diablo a cambio de riqueza. La vida del protagonista Andy (Nnebue) parece ir bien hasta que el fantasma de su mujer Merit (Nnenna Nwabueze-Okonta) se le aparece por primera vez. El fantasma persigue a Andy hasta que este pierde su trabajo, su coche de lujo, su segunda esposa y su dignidad (Witt, 2017: 22).

A diferencia de lo que muchos artículos afirman, esta película no fue la primera producción de Nnebue en VHS. Si bien es cierto, sí fue su primer largometraje original ya que sus grabaciones anteriores eran adaptaciones del teatro yoruba (Witt, 2017: 22). Por lo general, los expertos establecen una relación entre la erosión de Nollywood

¹³ *Living in Bondage* (1992). Vídeo. <https://www.youtube.com/watch?v=oGXs6Cd1jfA>

y este teatro que fue muy popular durante los años 30 y 70. En las representaciones yoruba usaban música y percusión para presentar las escenas. Era un teatro ambulante que se movía por todo el territorio contando historias, de un modo similar a las *Mobile Cinema Vans*. No obstante, tal y como justifica la periodista Inés Lucía: “Nollywood no puede acotarse a una sola etnia, ni en lo relativo a la producción de películas, ni en cuanto a quién las ve”.

Es complicado contabilizar el impacto de esta película, pero se estima que se vendieron más de 750.000 copias (Lucía, 2016). Independiente de las ganancias económicas, el efecto de *Living in Bondage* fue social puesto que fue una fiel representación de la vida de los nigerianos de clase media. “Es una historia tradicional por los valores cristianos, las relaciones matrimoniales y la crítica a la avaricia protagonizada por actores de televisión que vestían ropa moderna”, narra Emily Witt sobre la relación entre dos mundos que se realiza en la película. La Nigeria tradicional y el nuevo país que estaba surgiendo en un ambiente de crisis económica y de inestabilidad política que no hacía más que asfixiar al ciudadano medio. “La inestabilidad económica de inicios de los 90 determinó el éxito de *Living in Bondage*”, afirma Witt. Mientras la clase media sufría para poder tener una vida digna, la clase alta cada vez se alejaba más del resto de la población y vivía en una esfera similar a la de Andy y sus amigos debido al crecimiento del mercado del petróleo.

En un primer momento el largometraje fue grabado en lengua igbo¹⁴ pero debido a su éxito se tradujo al inglés. De esta forma la película llegó a la práctica totalidad de ciudades nigerianas y a muchas otras zonas del continente africano.

A la película de Nnebue se le puede atribuir otro gran logro más: romper el monopolio de la *Nigerian Television Authority*. Según la periodista Witt:

“Los nigerianos veían películas extranjeras pirateadas y producciones de la NTA, la televisión estatal del país [...] Los productores de televisión tenían que financiarse sus propias creaciones y las ganancias no eran acordes al tamaño de sus audiencias.[...] Con el éxito de Living in Bondage, estos productores se aliaron con los vendedores de VHS y empezaron a filmar su contenido de manera independiente”.

¹⁴ Una lengua hablada por la etnia igbo que habita al sureste de Nigeria en la región antes conocida como Biafra.

2.3. Del home video al Nuevo Nollywood

Tras el éxito de *Living in Bondage* se normaliza la difusión de películas en VHS. La explosión del *home video* tiene lugar a comienzos de los años 90 (Cubero, 2015). El desarrollo de este fenómeno se explica por las altas dosis de violencia en las calles que genera el conflicto étnico. Esto provoca que los ciudadanos eviten salir de sus casas para cuestiones relacionadas con el ocio. Por otra parte, el gobierno cambia la estrategia y empieza un periodo de expansionismo. Las empresas extranjeras empiezan a entrar al país y permiten cierta mejora económica a los nigerianos, que a su vez, da la posibilidad de que los ciudadanos adquieran aparatos electrónicos como televisores. Esta innovación tecnológica también permite la llegada de las cámaras de 35 milímetros y los sistemas digitales de emisión y edición que, sustituyen a las videocámaras y al celuloide (Oh, 2014).

Según Val Cubero, el éxito del *home video* se debe a que penetró dentro de las ciudades que empezaban a desarrollarse en esa época. La población rural emigra a las grandes urbes como Lagos, Ibadán, Kano, Iwo y Aba.

En un principio, las producciones eran grabaciones caseras a las que se dedicaba poco tiempo de producción. El objetivo era filmar y vender lo más rápido posible. Según Val Cubero, la mayor crítica que se atribuye al género del *home cinema* es que “basa sus narraciones en historias muy predecibles, donde la cámara es muy estática, proliferan las secuencias largas, los actores sobreactúan y la mayoría gira en torno a la violencia desmedida que va desde violaciones a suicidios, incestos y torturas”.

Aun con todos sus contras, Nollywood consiguió seguir hacia delante puesto que la temática y la facilidad que suponía el consumo del hogar se adecuaban perfectamente a las necesidades de la población. Para el experto Frances Harding, en su libro *Mythes Populaires dans les hommes video: de l'amour tendre au sexe terrifiant* estas películas grabadas en VHS cumplen la función social de los mitos populares al tratar la misma temática.

Durante la década de los 90 la industria vivió un importante crecimiento que llevó a Nigeria al mapa mundial de la cultura. Con la llegada de los 2000, el mercado siguió recabando protagonismo y en 2002 el *New York Times* publicó un artículo en el que por primera vez se emplea el término *Nollywood*.

El crecimiento de la industria trae consigo transformaciones en la temática y en la calidad técnica de las películas. La tradición y los mitos populares dejan de ser el eje

fundamental de la industria y se emplea más tiempo en la producción de las películas. “Los vídeos están más cuidados estéticamente, cuentan con actores más profesionales, más medios y las campañas de marketing para su promoción empiezan a tener un presupuesto considerable” (Cubero, 2015).

En el siglo XXI Nollywood ha seguido avanzando a un ritmo vertiginoso. Con la llegada del 2010, se estrenaron las primeras superproducciones y las salas cinematográficas empezaron a tener más protagonismo. A partir de ahora el VHS seguirá siendo el modelo de negocio por excelencia, pero el DVD, el cine y las nuevas plataformas como IrokoTV y Netflix van ganando terreno.

Durante más de tres décadas Nollywood estuvo totalmente silenciado en Occidente. Estados Unidos era el país que más información tenía al respecto debido a la relaciones migratorias pero la industria seguía estando en la sombra. Todo cambió cuando en 2014 la Academia de los Oscars permitió que Nigeria presentara un filme candidato al premio de Mejor Película Extranjera.¹⁵ Los medios de comunicación se hicieron eco del asunto y, aunque de manera excepcional, Nollywood llenó los diarios occidentales.

3. Estado de la cuestión

3.1. Nigeria: El país que desarrolló la segunda industria cinematográfica más potente del mundo

La República Federal de Nigeria es el país con más población de África y el séptimo del mundo con 190,866,311 habitantes.¹⁶ Se estima que uno de cada cinco africanos vive en Nigeria y que se trata de una cifra que va en aumento debido a que su población es mayoritariamente joven. El país está formado por 56 estados federales y una capital federal, Abuya. La ciudad más poblada es Lagos con entre 17 y 20 millones de habitantes. El territorio está situado en el África Occidental, tiene una superficie de 923.768 km² y delimita con Benín al oeste, con Níger y Chad al norte, con Camerún al este y con el Océano Atlántico al sur. El idioma oficial es el inglés pero existen centenares de idiomas cooficiales. Se trata de un país multicultural 250 grupos

¹⁵ Ruiz, S. (2014). ¿Y si Nigeria gana un Oscar en 2015?. *Wirko*. Vía: <https://www.wirko.org/cine-audiovisuales/nigeria-gana-oscar-en-2015/>

¹⁶ Banco Mundial (2017). *Población, total*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2017&start=1960&view=map>

étnicos reconocidos por el gobierno (Lucía, 2016). Por otra parte, Nigeria es un territorio en el que la religión tiene mucho protagonismo. El 50% de la población practica el Islam y el 42% el cristianismo. El animismo también cobra algo de importancia con un 7% de practicantes.¹⁷

Nigeria alcanzó la independencia de Inglaterra en 1960, tras ello, el país se sumió en una guerra civil (1967-1970) -también conocida como Guerra de Biafra-, vivió sucesivos conflictos debido a las desigualdades étnicas, la inestabilidad política y varias dictaduras. A finales de la década de los 90 la situación parecía tranquilizarse y el país celebró las primeras elecciones democráticas. Se inició una época de crecimiento que coincidió con la explosión de Nollywood. A partir de este periodo de auge y con el desarrollo de la industria petrolera Nigeria se ha convertido en el país más rico de África. Sin embargo, la diferencia entre ricos y pobres aumenta cada vez más. Según el Banco Mundial en el año 2018, 87 millones de personas vivían en la pobreza extrema. El grande africano superó a la India y en la actualidad es el país con más pobres extremos del mundo.

Además del problema de la desigualdad, en la actualidad Nigeria es uno de los países más atacados por el terrorismo islamista. El grupo Boko Haram controla el estado de Borno, al noreste del territorio nigeriano y es protagonista de numerosos ataques bomba y del mediático secuestro de 200 niñas en la escuela de Chibok en 2014.

La extensión del territorio, la diversidad cultural y sus cifras de población hacen que Nigeria sea un país ideal para desarrollar Nollywood. El director de cine Erik Oh estima que alrededor de un millón de nigerianos trabaja para la industria y que ya se ha convertido en la segunda fuente de empleo más importante del país por detrás de la agricultura. Además, las ganancias anuales para la economía nigeriana son de 600 millones de dólares (Oh, 2014), llegando a aportar al PIB del país el 1,42%.¹⁸

Otro factor clave para la erosión de Nollywood ha sido la diáspora nigeriana. El Ministerio de Asuntos Exteriores apunta que 20 millones de nigerianos viven entre Europa y Estados Unidos. La deriva en la que cayó el país tras la independencia y la

¹⁷ Expansión (2010). *Nigeria-Religiones*. [Datosmacro.com]. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/religiones/nigeria>

¹⁸ Salusso R. (2018). ¿Como es Nollywood, la industria millonaria del home video de Nigeria?. *La Nación*. Vía: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/como-es-nollywood-la-industria-millonaria-del-home-video-de-nigeria-nid2147297>

guerra civil de 1967 provocó el éxodo.¹⁹ Los emigrantes nigerianos son uno de los segmentos de población que más películas de Nollywood consume y la inmigración es una temática recurrente en las producciones de la industria. *Osuofia in London* (2003), *Gone Too Far* (2013), *Ijé* (2010) o *30 Days in Atlanta* (2014) hablan de las complicaciones que encuentra un nigeriano al salir de su país y apelan a la identidad nacional.

Nigeria es un país tan inmenso que abarca más allá de sus fronteras. Es también un país lleno de controversias en el que, por un lado, la innovación y la tecnología avanzan a un ritmo vertiginoso pero las tradiciones y los mitos populares están arraigadas en la mentalidad de los ciudadanos. Un territorio rico pero con la cifra de pobreza extrema más alta del mundo. Un lugar en el que existe un *Nollywood* plural y diverso aunque en la realidad sigan existiendo conflictos étnicos de gran relevancia (Egbunike, 2016).

3.2. Características de Nollywood

Para entender Nollywood es necesario romper con la idea de cine a la que estamos acostumbrados. Nigeria tiene su propia cultura y por lo tanto, una forma única de llevar a cabo representaciones artísticas como el cine. De hecho, cineastas de la propia industria afirman que el término *Nollywood* no les representa debido a que se está estableciendo una similitud con Hollywood que para ellos no existe.

El cine en Nigeria es una industria que produce a un ritmo frenético. Las películas se filman en un periodo medio de dos semanas y parten de un presupuesto bajo. Según la BBC, el gasto medio en una película nigeriana es de 25.000 a 75.000 dólares frente a los 250 millones de dólares de presupuesto de las grandes filmaciones de Hollywood (Oh, 2014). En los últimos años, ha aparecido una tendencia a una producción más exquisita a la que se le dedica más tiempo, pero no todos los cineastas pueden permitirse este gasto y el grueso de las películas sigue produciéndose a toda velocidad. Del mismo modo, se ha ido acortando la duración de las cintas y ahora se producen filmes más cortos pero de mejor calidad en lugar de las largas películas de hasta 3 horas de duración de hace unos años. A principio de los 2000, lo normal era ver largometrajes con varias partes de 1 hora de duración, más parecidos a una serie que al género cinematográfico.

¹⁹ Sharkdam, W., Akinkuotu, O. & Ibonye, V. (2014). *The Nigerian Diaspora and National Development: Contributions, challenges and lessons from other countries*. Kritika Kultura.

La mayor parte de películas se graba en interiores debido a la inseguridad que supone filmar en la calle y el coste de alquilar un espacio público. Es común que los productores de la película utilicen estos emplazamientos interiores para alojar a toda la plantilla de actores durante las semanas que dura el rodaje.²⁰

La temática es otra de las señas de la identidad de las películas nollywoodienses. La brujería, la superstición, los mitos populares, la familia, la religión, el sentimiento de nación y las tradiciones culturales nigerianas están presentes en la mayoría de producciones. Las diferencias entre la clase media y la clase alta son también un tópico recurrente. La mayoría de historias tienden al realismo, es raro ver películas de Nollywood con grandes efectos especiales o personajes ficticios. Las películas suelen tener como protagonistas a ciudadanos y escenarios reales. De hecho, durante la década de los 2000 los largometrajes son tan auténticos que pertenecen más al género documental que al cinematográfico. En Nollywood la comedia es el género predominante. Algunos de los grandes clásicos son sátiras que emplean el humor local. Si un occidental viera las películas, probablemente no entendería la mayoría de las bromas. Otro género que también triunfa es el drama, mezclado con el misterio y la tradición.

En los años 90 se produjo un cambio y las producciones empezaron a grabarse con cámaras de 35 milímetros, dejando a un lado las videocámaras. Por aquel entonces esto supuso un gran avance para la calidad técnica de las películas, no obstante, en la actualidad y en comparación la “creciente limpieza de la imagen” en Estados Unidos y en la India, Nollywood se ha quedado atrás (Lucía, 2016). La imagen de cualquier película nigeriana se parece mucho a la de las antiguas películas del oeste o a las telenovelas latinoamericanas (Witt, 2017:29). Muchos expertos establecen relaciones entre Nollywood y este último género. Estas analogías se basan en la mencionada calidad de imagen, en las interpretaciones sobreactuadas y en lo estático de la cámara. Sin embargo, para Inés Lucía, a pesar de que existen similitudes entre ambas industrias: “Una diferencia crucial frente a las telenovelas es que no se tiende a la idealización de los personajes, la falta de medios y las historias que se relatan son muy cercanas a la vida diaria de los nigerianos”.

El ritmo frenético y las condiciones *low cost* de la industria están estrechamente relacionadas con el flujo del mercado nollywoodiense. Se graba y produce tan rápido porque la compra-venta de películas tiene lugar en pequeñas tiendas de electrónica y

²⁰ RT Documentary (productor). *My favourite Nollywood Movie*. Rusia.

videoclubs que necesitan alcanzar rentabilidad vendiendo VHS. Como sabemos, debido a las condiciones del país en el último cuarto del siglo pasado, el *home video* se asentó en la vida de los nigerianos. Estos no tienen por costumbre ir al cine, sino que consumen los largometrajes en el hogar. Según Inés Lucía, “solo un 0.5% de las películas tienen como intención difundirse en la gran pantalla”.

La distribución y venta de películas en mercados ha sido la manera de que la industria se expanda entre la clase media-baja nigeriana. Sin embargo, este modelo de negocio no siempre resulta rentable para los productores ya que la piratería es uno de los mayores problemas a los que Nollywood debe hacer frente. Nigeria es un país de 190.000.000 de habitantes y por lo tanto, si una película es capaz de llegar a muchos de los hogares del país será vista por millones de personas. Si el director tiene suerte, venderá entre 200.000 y 300.000 cintas, el resto, se difundirá de manera ilegal (Witt:2017, 69). Es por ello que, aunque hay un bajo porcentaje de películas pensadas para estrenarse en las salas, esta cifra va subiendo ya que los productores han encontrado más rentabilidad en el cine y en las nuevas plataformas que ofrece Internet. Avanzada la década de los 2000, el DVD también fue cogiendo relevancia y en la actualidad podemos ver como se venden DVDs y VHS por igual. El precio de una cinta suele rondar las 200-300 nairas lo que equivale a unos 50-70 céntimos.²¹ Algunas superproducciones pueden ascender a las 400N.

La mayoría de largometrajes son grabados en inglés, pero también encontramos gran presencia de las tres lenguas étnicas más presentes en el país: yoruba, hausa e igbo. La mezcla cultural es tal que es común ver como en las películas se usan varios idiomas a la vez.

En definitiva, los expertos han consensuado dos características básicas del cine nigeriano. Por un lado, la celeridad con la que funciona todo el mercado y se elaboran los largometrajes y por otro la creatividad dentro de un sistema en el que se crean cientos de películas nuevas al mes.

3.3. Premios y festivales

Al igual que las grandes industrias mundiales, Nollywood tiene sus propios premios y festivales de cine. Entre los premios destacan *Nollywood Movies Awards* celebrados por el canal de televisión *Nollywood movies* en Lagos y *Best of Nollywood Awards*, presentados por la revista *Best of Nollywood*, cuya sede ha ido cambiando con el paso

²¹ El salario medio en Nigeria es de 71.200 nairas, lo que equivale a 197 euros.

de los años pero siempre se celebran en Nigeria. La organización de ambos eventos es muy similar a lo que estamos acostumbrados en Occidente, la mayoría de los premios se dan a las mejores interpretaciones, directores, guiones...Una categoría interesante es la "Mejor Película de la Diáspora" en la que se premia aquellas películas elaboradas por inmigrantes nigerianos en otras zonas del mundo.

La diáspora es tan importante y necesaria para Nollywood que cuenta con sus propios premios. Los *Golden Icons Academy Awards* se celebran en Estados Unidos -uno de los lugares donde más nigerianos viven- y trata de premiar a los locales que producen en el extranjero. Debido a la gran población nigeriana instalada en norteamérica algunos premios se celebran en Nueva York (*Nigeria Entertainment Awards*) y en California (*Nollywood and Africa Film Critics Awards*).

Por otra parte, Nigeria y Ghana tienen mucho en común si hablamos de cine. La industria ghanesa también está en un periodo de expansión, por lo tanto es común ver vinculaciones entre ambos mercados. *City People Entertainments Awards* es un evento organizado por la revista *City People*, en la que se premia la cultura de ambos estados y donde el cine acoge mucho protagonismo. La Academia de Cine de África también celebra sus propios premios conocidos con el nombre de *Africa Movie Academy Awards*.

En lo que respecta a los festivales, cabe destacar el Festival Internacional de Abuja, que premia a la película de temática social con más calidad. Nace de una iniciativa en la organización *Nafifo Ventures* coordinada con otros tres festivales africanos: Festival Internacional de Durban, Festival Internacional de Zimbawe y Festival Internacional de la Commonwealth. No obstante, la mayoría de festivales se celebran fuera de las fronteras en ciudades como Atlanta, París o Toronto, y tienen como fin promocionar la industria.

Todos estos premios y festivales tienen una vida muy corta, ninguno de ellos supera los diez años de antigüedad. Este es un ejemplo de lo mucho que ha avanzado la industria en la última década.

Finalmente, es necesario destacar la presencia de Nollywood en eventos internacionales. La primera aparición tuvo lugar en 2010 de la mano de la película *Ijé: The Journey* (2010) dirigida por Chineze Anayaene y protagonizada por Genevieve Nnaji.

3.4. Star system

Nigeria cuenta con su propio *Star System* formado por directores y actores reconocidos y aclamados por todo el país. El mejor ejemplo para entender cómo funciona el *stardom* nigeriano es Genevieve Nnaji. Su evolución como actriz es simultánea a la aparición y evolución de la industria, por eso muchos expertos hablan de ella como la personalidad más importante de Nollywood. Para Oprah Winfrey es la “Julia Roberts” de Nigeria y, según la periodista Emily Witt, es la “Julia Roberts y la Audrey Hepburn” debido a que junto a ella crece el mercado cinematográfico en el país. Nnaji ha actuado en más de 80 películas y es protagonista de algunos de los grandes éxitos nollywoodenses como *Lionheart* (2018), *Ijé* (2010), *Road to Yesterday* (2015) o *Sharon Stone* (2002) y sus secuelas *Sharon Stone 2* y *Sharon Stone in Abuja*. Genevieve es toda una pionera y, además de ser actriz protagonista está empezando a dirigir y producir sus propias películas como *Lionheart* (2018). Más allá del cine, la actriz es la imagen de la marca de jabones africana *Lux* y embajadora de la firma *Range Rover*. Ha ganado numerosos premios a mejor actriz y ha sido reconocida en países del extranjero por su labor. Genevieve no solo ha interpretado personajes en la pantalla, sino que se ha convertido en un ídolo para la población nigeriana y africana:

“Cuando el conductor de autobús de Nairobi, el vendedor de kelewele²² en Accra o el camarero de un shebeen²³ en Soweto piensen en Nigeria, lo más probablemente es que la imagen que les venga a la mente sea la de Genevieve Nnaji” (Witt, 2017:26).

Con esta trayectoria Nnaji ha conseguido la admiración de toda Nigeria. En su cuenta de Instagram tiene 5,3 millones de seguidores. Su popularidad crece cada día más y la cifra de fans va en aumento, estos se llaman a sí mismos “Genevites” y dejan comentarios en sus fotos con el hashtag #Slaynevieve (Witt, 2017:27). Es difícil encontrar seguidores que cometan cuestiones negativas en sus post, por lo general todos los mensajes que recibe son de admiración y respeto. Además, Genevieve no es solo un ídolo de masas sino que también es una de las mayores exponentes del

²² Aperitivo ghanés hecho de plátanos fritos y especias. El kelewele es vendido por comerciantes ambulantes (Wikipedia).

²³ Se conoce como shebeen a los bares que antiguamente vendían alcohol de forma ilícita. Nacieron en Irlanda pero se han extendido a todo el mundo (Wikipedia).

movimiento feminista en Nigeria. Su última película, *Lionheart*, cuenta lo complicado que es para una mujer convertirse en directora de una empresa. La propia actriz confirmó la relación de la historia con su vida real y declaró que “probablemente hubiera llegado antes a lo más alto si fuera un hombre”.

Nnaji es un gran ejemplo de lo alto que pueden brillar las estrellas en Nollywood. No obstante, no es la única intérprete alabada por la audiencia. Rita Dominic, Desmond Elliot, Ramsey Nouah, Richard Mofe, Omotola Jalade Ekeinde, Funke Akindele, Mercy Johnson, Nnkem Owoh o John Okafor entre otros también pertenecen al *Star System* nigeriano.

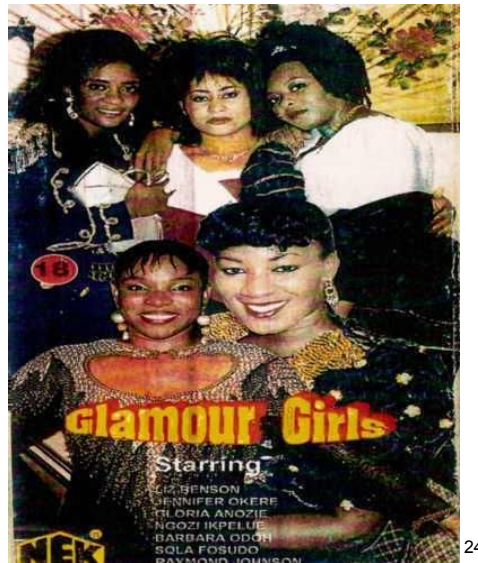
Todos ellos han participado en más de un centenar de películas y cobran elevados sueldos tanto por actuar como por contratos publicitarios. Tal y como se comentaba anteriormente, Nigeria es un país de

contrastes y frente al salario millonario de estos actores, nos encontramos con que la mayor parte de extras que participan en las cintas lo hacen de manera voluntaria y sin recibir retribución alguna.



3.5. Títulos famosos

El cine nigeriano tiene un corto recorrido en comparación con otras industrias occidentales. En este estudio, se ha situado la erosión de la industria tal y como hoy la conocemos en los años 90, más concretamente en el año 1992 tras el estreno del filme *Living in Bondage*. A partir de la película producida por Kenneth Nnebue, la industria empezó a producir de forma continuada y los grandes clásicos empezaron a sucederse uno tras otro. Después de hacer historia, Nnebue estrenó *Glamour Girls* en 1994, el primer largometraje de Nollywood que no fue grabado en lengua étnica sino que se produjo en inglés, logrando así un mayor alcance. *Domitilla* (1996) es otro de los grandes éxitos de esta época.

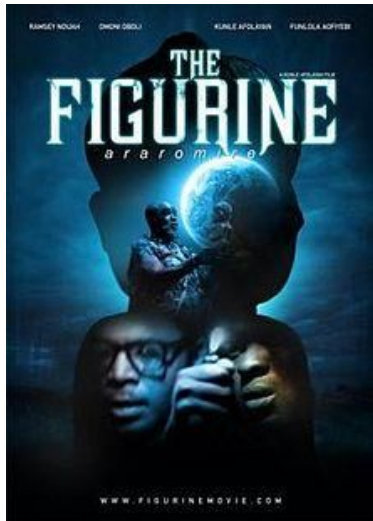


Con el cambio de siglo se produjo un cambio en la temática de las películas, el misterio y los mitos populares seguían presentes pero durante los primeros años de los 2000, la comedia se convertiría en el eje central de Nollywood. *Osuofia in London* (2003) y *Aki Na Ukwa* (2003) son los mayores exponentes de este género. Aun así, el género dramático seguía presente y la película *Sharon Stone* (2002) obtuvo un gran reconocimiento y sirvió para lanzar a Genevieve Nnaji al estrellato.

La calidad de las imágenes fue mejorando poco a poco y eso trajo consigo la elaboración de grandes películas como *Jenifa* en 2008 del productor Ola Balogun, el primer filme que puso sobre la mesa de Nollywood el concepto de franquicia. En el año 2011 se publicó una secuela y en el 2015 una serie televisiva llamada *Jenifa's Diary*. La elaboración de secuelas era común en el cine nigeriano, pero este es el máximo exponente de dicha tendencia debido a su éxito. En 2009, se publicó otro clásico de misterio: *The Figurine*, premiada por la AMAA²⁵ como mejor película del año.

²⁴ Cartel de la película *Glamour Girls*.

²⁵ *African Academy Movie Awards*



26



27

Durante la última década el crecimiento y la elaboración de grandes filmes ha sido imparable. El estilo de producción frenético no cesa pero empiezan a resaltar algunas superproducciones como *Ijé* (2010), *Tango with Me* (2010), *The Mirror Boy* (2011), *Last Flight to Abuja* (2012), -ganadora al premio AMAA a Mejor Película de la Diáspora- *Half of a Yellow Sun* (2013) -protagonizada por los ingleses Thandie Newton y Chiwetel Ejiofor-, *Confession Na Wa* (2013) -ganadora del premio AMAA a Mejor Película, *30 Days in Atlanta* (2014), *Taxi Driver* (2015), *The Wedding Party* (2016) y *Lionheart* (2018).



28



29

²⁶ Cartel de la película *The Figurine*

²⁷ Imagen promocional de la serie *Jenifa's Diary*

²⁸ Cartel de la película *Half of a Yellow Sun*



30



31

3.6. Piratería y nuevas plataformas

El modelo de negocio de Nollywood basado en la compraventa de VHS y DVDs tiene grandes ventajas, entre ellas, que se trata de un mercado cercano a la población y a sus posibilidades socioeconómicas. Sin embargo, este mercado carece de la seguridad necesaria para hacer frente a la piratería, el mayor mal que azota a la industria nigeriana. Las cintas se difunden y llegan a millones de personas, sin embargo, el beneficio que se saca de ellas es minúsculo en comparación con la distribución y el productor solo obtiene ganancias por 200.000 o 300.000 películas vendidas (Witt, 2017:69).

Es complicado obtener las cifras del daño que la piratería causa en Nollywood porque en general, cuantificar la industria es una ardua tarea debido a lo complejo y grande del mercado. En algunas ocasiones, los piratas consiguen distribuir películas antes de su estreno en VHS y DVDs lo cual provoca que muy poca gente compre la cinta.

Desde la *Association of Movie Producers* negocian con los vendedores legales las películas que van a distribuir y la localización de sus tiendas (Witt, 2017:65).

Como vemos, Nollywood debe seguir trabajando para garantizar la seguridad de su mercado y la comodidad y fidelidad de su audiencia. En este camino han surgido iniciativas como *IrokoTV*, una plataforma online de películas a la carta en la que solo hay contenido nigeriano y africano. Su funcionamiento es muy similar al de páginas

²⁹ Cartel de la película *Ijé*

³⁰ Cartel de la película *Taxi Driver*

³¹ Cartel de la película *30 days in Atlanta*

como *Netflix* y *HBO*, el usuario elige un plan y paga cada tres meses. Una vez dentro, se puede consumir todas las películas y series desde cualquier dispositivo electrónico (ordenador, móvil, tablet). *IrokoTV* ha tenido un gran impacto en la industria y poco a poco aumenta su relevancia en el mercado puesto que, sin dejar de lado el principio del *home video* y del consumo en el hogar de las películas, permite garantizar una mayor rentabilidad para los productores que la venta del VHS al evitar la piratería.

Ya hemos comentado la importancia de la diáspora para Nollywood. En este caso, fueron los nigerianos que están en el extranjero los que llevaron este tipo de plataformas al país. Hace diez años, el CEO de *IrokoTV* Jason Njoku, vivía en Manchester con su familia. No podían ver películas nigerianas dado que en Europa el consumo de DVD's ha bajado mucho y están quedando obsoletos. Njoku fue a Nigeria a hablar con algunos cineastas y les propuso la venta online de sus filmes. Al principio, los productores eran contrarios a la idea de emplear Internet para difundir Nollywood, pero poco a poco su uso se ha ido normalizando e *IrokoTV* se ha convertido en la primera opción legal de expansión de contenido online.³²

Con tan solo 8 años de vida, la empresa se ha posicionado y ha logrado que las películas nollywoodenses lleguen a todos los puntos de África. El éxito ha sido rotundo y la entidad se ha permitido empezar a financiar íntegramente algunas películas. El impacto de *IrokoTV* ha atraído a otras plataformas bajo demanda. El gigante *Netflix* inició su inmersión en el continente el pasado mes de enero con el estreno de la producción *Lionheart* (2018). Con el debut de la película de Genevieve Nnaji se produjo la publicación de otros largometrajes. En la actualidad, una decena de películas nigerianas están disponibles en la gran plataforma, sin embargo, los africanos siguen prefiriendo *IrokoTV* ya que ofrece una gran cantidad de títulos locales.

Por otra parte, hay quienes creen que este sistema es inviable en África. Gabriel Okoye, más conocido como Gabosky Okoye, lleva muchos años trabajando como distribuidor de películas. En la actualidad, se ha centrado en crear un sistema contra la piratería y en garantizar canales seguros para la transmisión de películas. Desde su punto de vista:

“Los africanos no verán películas en los teléfonos móviles [...] A África le gusta la interacción, hacer cosas en conjunto los unos con los otros, la audiencia portátil es

³² Jewell, C. (2017). Entrevista a Top Lucas. *WIPO*. Vía: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2017/05/article_0002.html

individualista y a África no le gusta esta forma de vida [...] El DVD todavía sigue vivo para nosotros”.

Nollywood tendrá que elegir cuál es el modelo de negocio que mejor le conviene para continuar con su crecimiento y dejar de lado la piratería. El gobierno nigeriano no ha dispuesto ninguna solución y la iniciativa de la ciudadanía es la que ha promovido estos grandes cambios.

4. Hipótesis

A continuación, se exponen las hipótesis que se esperan encontrar tras la pertinente investigación que se realizará en este trabajo:

1. No hay información sobre Nollywood en España. La ciudadanía desconoce otras industrias cinematográficas más allá de las occidentales
2. Nollywood tiene una fuerza social muy potente y se ha convertido en vehículo de transmisión de la tradición e identidad nigeriana.
3. La industria sitúa a Nigeria en un contexto cultural internacional e influye positivamente en la economía. Del mismo modo, se producen cambios políticos y sociales gracias al crecimiento.
4. Nollywood avanza del *home video* a un cine más sofisticado con mejores efectos especiales, una definición más alta, y en general una cualidades técnicas más refinadas.

5. Objetivos

A continuación, se exponen los objetivos que se pretenden alcanzar en esta investigación:

1. Dar a conocer Nollywood
2. Despertar el interés por una industria cinematográfica desconocida
3. Averiguar cuál es la influencia social, política y económica de la industria cinematográfica nigeriana

4. Teorizar sobre Nollywood en español
5. Sacar a Nigeria y a África de los estereotipos
6. Establecer sinergias y diferencias entre Nollywood y Hollywood
7. Determinar cuál ha sido la evolución de Nollywood en las últimas décadas

6. Metodología

La metodología empleada para la elaboración del presente trabajo ha contado con varias partes. En primer lugar, se ha fundamentado en la investigación y en la búsqueda de información sobre el presente objeto de estudio. Dado que se trata de una difícil tarea debido a la poca cantidad de información disponible tanto en la web como en las bibliotecas de la Universidad y las bibliotecas públicas de la comunidad autónoma, se ha tenido que revisar la mayor parte del material en inglés.

La información obtenida se ha encontrado mayormente en libros y en piezas periodísticas de algunos medios nacionales e internacionales localizados gracias a algunas plataformas de investigación docente como *Dialnet* o *Academia.edu*. Del mismo modo, también se han revisado documentales y medios audiovisuales.

Para realizar la labor de análisis de manera adecuada, ha sido útil emplear algunas técnicas provenientes del periodismo de investigación, puesto que se ha indagado en profundidad y se ha manejado mucha documentación, así como del periodismo de datos al tener que verificar por ejemplo, los datos del PIB de Nigeria o contabilizar las apariciones de Nollywood en los noticieros españoles.

Para encontrar respuesta a las hipótesis formuladas en el apartado anterior, se ha realizado una encuesta con la plataforma *Google Forms* y se ha realizado una tabla de análisis comparativa entre cuatro de las películas más importantes de Nollywood. Al mismo tiempo, se ha llevado a cabo un estudio del tratamiento que los medios de comunicación españoles hacen sobre nuestro objeto de estudio.

6.1 Encuesta de Google

Con el fin de comprobar la primera hipótesis de este trabajo en la que se afirma que, “No hay información sobre Nollywood en España ni en Europa”, se ha realizado un encuesta de *Google* a la que han respondido 216 personas. El cuestionario ha sido

difundido por las redes sociales convencionales (Facebook y Twitter) y WhatsApp. Las preguntas realizadas han sido las siguientes:

1. Edad
2. ¿Usas redes sociales o consumes información digital? Sí/No
3. ¿Cuánto tiempo sueles estar conectado al día?
4. Nivel de estudios
5. ¿Sabes lo que es Nollywood? Sí/No
6. ¿De qué países son las películas que más consumes?
7. ¿Alguna vez has visto en los medios de comunicación información sobre Nollywood? Sí/No
8. Nollywood es la industria de cine de Nigeria. ¿Te interesaría saber más al respecto o ver sus películas? Sí/No

Enlace: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSea9bGr_3a5lDeJWoMdtCmE8OjefSXx8o0vH7AhjeMmmmHGWg/viewform

6.1.2. Explicación

Cada pregunta se ha elaborado tras haber reflexionado sobre cuáles son las cuestiones que más nos acercarán a verificar la hipótesis propuesta. En primer lugar, se ha preguntado a los encuestados por aspectos personales para comprobar si existe algún tipo de relación entre la edad, el uso de redes sociales, el consumo de diarios digitales de información, el nivel de estudios y el conocimiento de Nollywood. La intención de esto es conocer qué rango de edad conoce mejor la industria y si esto, a su vez, guarda sinergia con la conectividad de los usuarios, puesto que se parte de la posibilidad de que el conocimiento que existe sobre Nollywood en el mundo pueda estar relacionado con el desarrollo de Internet.

El resto de interrogaciones formuladas pretende responder a cuestiones más directas sobre si los encuestados conocen o no Nollywood, si alguna vez han leído sobre ello y por último, si sienten interés por conocer más al respecto. Esta pregunta final pretende comprobar si el conocimiento de Nollywood en el territorio irá en aumento.

6.2. Nollywood en los periódicos españoles

Con el fin de obtener la mayor cantidad de datos posibles para dar respuesta a las hipótesis formuladas, se ha procedido a la elaboración de un análisis de los cinco periódicos generalistas más leídos en España en el año 2018: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia* y *ABC*.³³ Se accederá a la página web de cada uno de estos periódicos y se efectuará una búsqueda con la palabra *Nollywood*. La búsqueda en cuestión ha tenido lugar el 26 de febrero de 2019.

En este análisis se intentará cuantificar el número de veces que aparece Nollywood en los medios españoles, así como comprobar el tipo de pieza periodística y el tratamiento que se da al fenómeno. Para garantizar la exactitud de la investigación se ha realizado la siguiente tabla:

Medio	
Fecha de la primera y de la última publicación	
Nollywood es protagonista de la información o aparece de forma anecdótica	
Género periodístico que predomina	
Número de piezas publicadas sobre Hollywood y Bollywood	

6.2.1. Explicación

Los apartados han sido elegidos en función de los datos que mejor se adaptan al análisis que se realizará. En primer lugar, la fecha de la primera y la última publicación de artículos relacionados con Nollywood, con la intención de conocer cuándo se empieza a hablar de esta industria y si a fecha de hoy sigue estando presente en los diarios de actualidad.

En segundo lugar, se estudiará si Nollywood es el protagonista de la información, o si por el contrario aparece como un dato que acompaña información sobre Nigeria o

³³ Statista (2018). Número de lectores diarios de los principales periódicos españoles en 2018. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>

sobre la cultura africana. Los buscadores de los periódicos realizarán la búsqueda de la palabra *Nollywood*, pero no todos los artículos contribuyen a que se amplíe el conocimiento de la sociedad sobre ello, sino que simplemente se menciona la existencia de esta industria. Es por ello, que no podemos darle la misma relevancia a una información en la que se entrevista a un cineasta nigeriano o se investiga en profundidad sobre el fenómeno, que a una noticia relacionada con las elecciones nigerianas en la que se aportan datos sobre el país y Nollywood es una simple anécdota dentro del artículo.

Por otra parte, se atenderá al género periodístico que predomina en las piezas con la finalidad de conocer si se trata de información en profundidad (reportajes, crónicas, entrevistas...) o si por el contrario son noticias de actualidad menos elaboradas como notas de prensa o declaraciones. Este apartado tendrá una estrecha relación con el anterior, puesto que tan solo se prestará atención a las informaciones en las que Nollywood es protagonista.

En el último punto de la tabla se realizará una comparación entre el número de veces que aparece Nollywood y el número de resultados de Hollywood y Bollywood para estudiar el tratamiento que se da de las tres industrias cinematográficas más potentes del mundo.

6.3. Análisis de películas

Para averiguar la hipótesis expuesta en el punto 5 del apartado *Hipótesis* (Nollywood avanza del home video a un cine más sofisticado e internacional), se ha realizado una comparativa de cuatro de las películas que según los expertos, marcan un antes y un después en el desarrollo de esta industria cinematográfica. Las películas analizadas serán *Living in Bondage* (1992), *Osuofia in London*(2003), *The Wedding Party* (2016) y *Lionheart* (2018). Para establecer dicha comparativa se ha realizado una tabla en compuesta por una primera parte de apartados técnicos: Año de publicación, duración, idioma, lugar de los hechos, premios, colores, planos, fotografía, efectos especiales y calidad técnica general. Una segunda parte relacionada con los valores y la temática que incluye los puntos: Temática, papel de la mujer, papel de la religión, contenido político, ¿se parece al cine occidental?, valores sociales y otros.

Para completar la tabla será necesario visualizar cada una de las películas. La duración estimada de esta tarea será de 7 horas y 20 minutos, a lo que hay que sumar el trabajo de recopilación y análisis de los datos obtenidos.

Además, para completar la información necesaria para resolver la hipótesis propuesta, habrá compaginar esta los datos obtenidos de las tablas con cuestiones teóricas que justifiquen la evolución de Nollywood.

Por lo tanto, el análisis se realizará siguiendo el siguiente esquema:

Sinópsis:

Director:

Elenco de actores:

Película	
Año	
Duración	
Idioma	
Lugar de los hechos	
Premios	
Colores	
Planos	
Efectos especiales	
Fotografía	

Calidad técnica general	
Temática	
Papel de la mujer	
Papel de la religión	
Contenido político	
Valores sociales	
¿Se parece a Occidente?	
Otros	

7. Análisis y resultados

En relación a las hipótesis planteadas, se establecerán tres apartados de resultados y análisis. En el apartado número 1, se explicarán los resultados de la encuesta

formulada y se establecerá una analogía entre los datos obtenidos y la teoría de este trabajo.

En el apartado número 2 se realizará un estudio sobre la aparición de Nollywood en los medios de comunicación españoles. Por último, en el punto 3 se llevará a cabo un estudio sobre algunas de las películas con más éxito de Nollywood.

7.1. Conocimiento de la población sobre Nollywood

Tal y como se explica en la metodología del presente trabajo, se ha llevado a cabo una encuesta para conocer el conocimiento que tiene la población sobre la industria de cine nigeriana. La muestra del cuestionario ha sido de 216 personas de todas las edades y niveles de estudio. Los resultados obtenidos son los siguientes:

1.Edad:

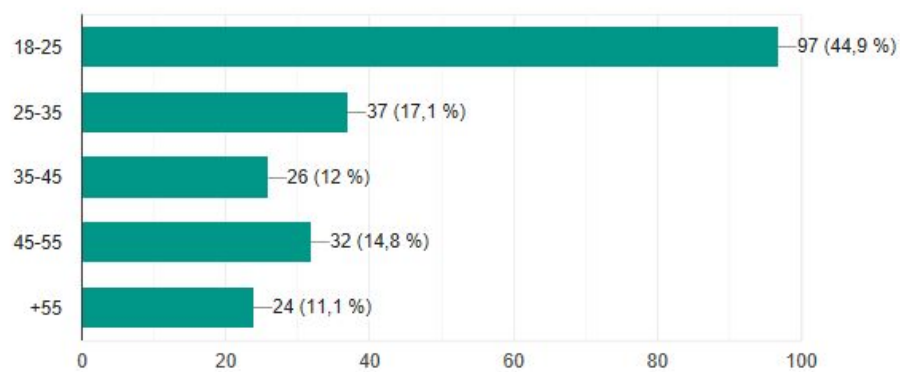
18-25 años: 97 → 44,9%

25-35 años: 37 → 17,11%

35-45 años: 26 → 12%

45-55 años: 32 → 14,8%

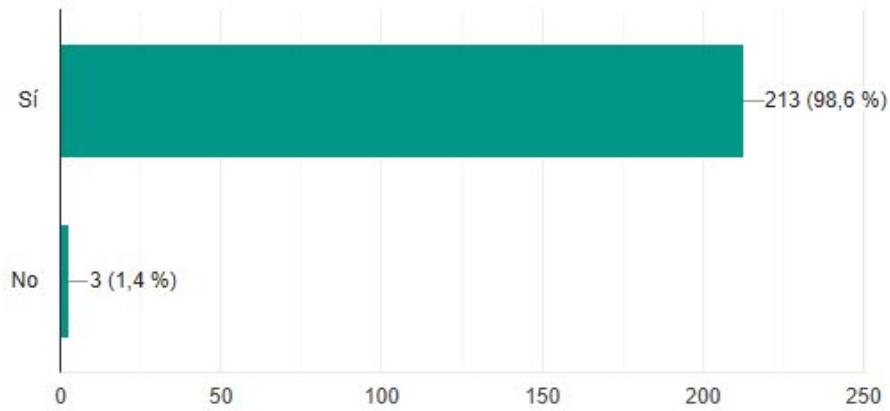
+55 años: 24 → 11,1%



2. ¿Usas redes sociales o consumes información digital?

Sí: 213 → 98,6%

No: 3 → 1,4%



3. ¿Cuánto tiempo sueles estar conectado al día?

Menos de 1 hora: 9

1-2 horas: 60

3-4 horas: 62

5-6 horas: 36

Más: de 6 horas: 49

4. Nivel de estudios

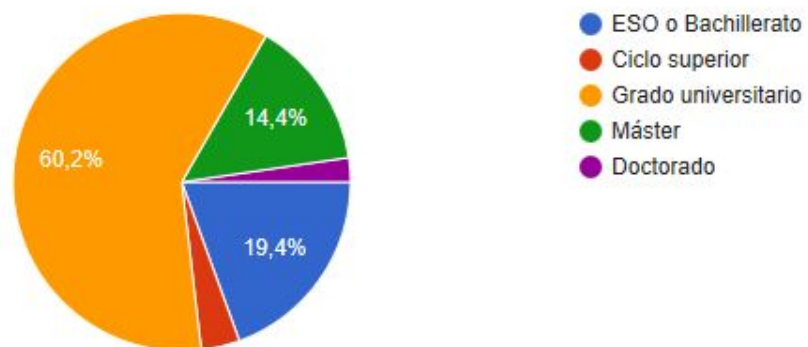
ESO o Bachillerato: 42 → 19,4%

Ciclo superior: 8 → 3,7%

Grado universitario: 130 → 60,2 %

Máster: 31 → 14,4%

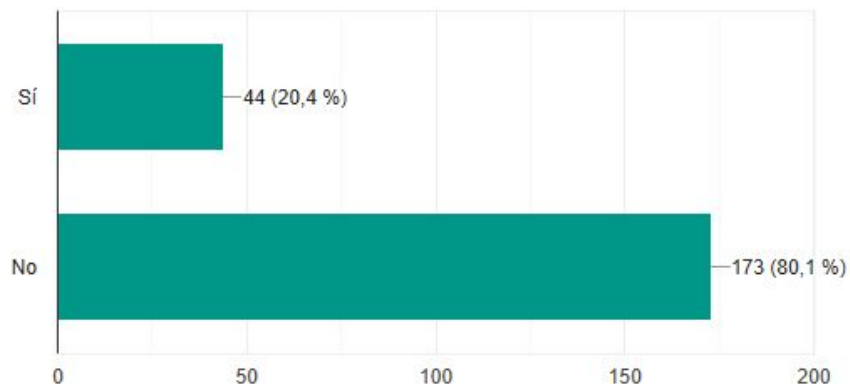
Doctorado: 5 → 2,3%



5. ¿Sabes lo que es Nollywood?

Sí: 44 → 20,4%

No: 172 → 80,1%



6. ¿De qué países son las películas que más consumes?

Estados Unidos: 176 → 81,5%

España: 19 → 8,8%

Reino Unido: 11 → 5,1%

Francia 2 → 0,9%

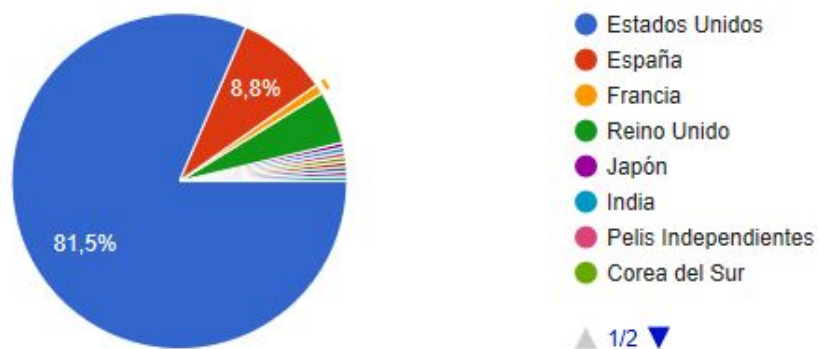
India: 1 → 0,5 %

Japón: 1 → 0,5%

Corea del Sur: 1 → 0,5%

Canadá: 1 → 0,5%

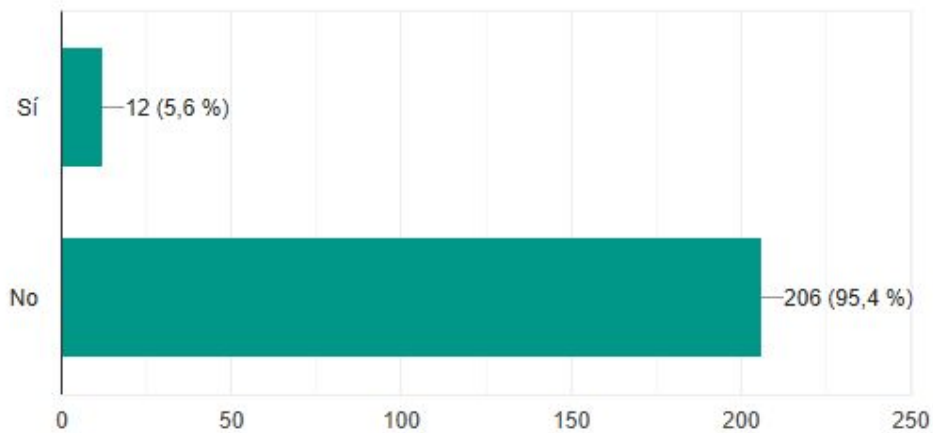
Alemania: 1 → 0,5%



7. ¿Alguna vez has visto información sobre Nollywood en los medios de comunicación?

Sí: 12 → 5,6%

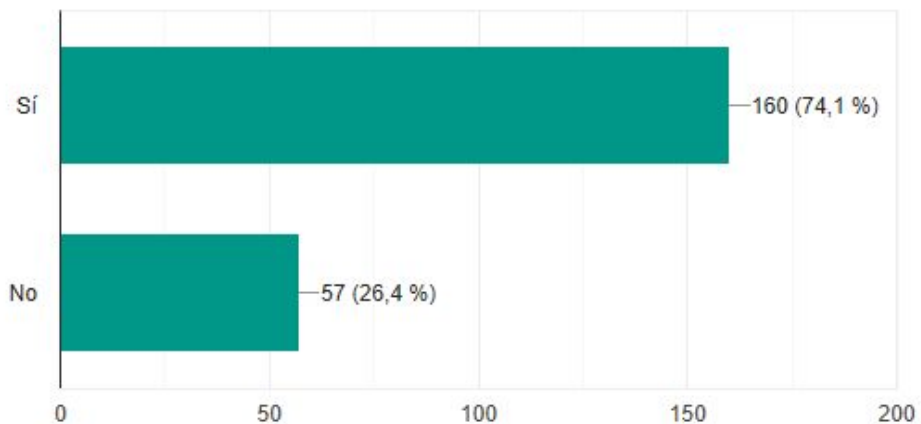
No: 204 → 95,4%



8. Nollywood es la industria de cine de Nigeria. ¿Te interesaría saber más al respecto o ver sus películas?

Sí: 160 → 74,1%

No: 57 → 26,4%



La presente encuesta se divide en dos partes. La primera, (preguntas 1, 2, 3 y 4) se centra en cuestiones personales del encuestado con el fin de segmentar a nuestro

senso en función de su edad, nivel de estudios y uso de redes sociales. La segunda parte (preguntas 5, 6, 7 y 8) está destinada a responder cuestiones relacionadas directamente con Nollywood. La intención de la distribución de la encuesta es crear una relación entre la primera y la segunda parte y comprobar si existe algún tipo de influencia entre las cuestiones personales y el conocimiento sobre Nollywood.

El resultado más relevante a destacar es el de la pregunta 5: *¿Sabes lo que es Nollywood?*. Tan solo el 20,4% (44 personas) de los encuestados conoce la industria cinematográfica de Nigeria, frente al 80,1% (172 personas) que desconoce su existencia. Esto guarda relación con que únicamente el 5,6% ha visto información sobre Nollywood en los medios de comunicación y con que el 81,5% consume como primera opción películas producidas en Estados Unidos.

Frente a estos datos que nos indican el escaso conocimiento que hay sobre Nollywood y la poca difusión que se le da, encontramos que existe cierto interés por parte de los encuestados de conocer más sobre la industria, puesto que un 74,1% estaría interesado en ver las películas o en obtener más información al respecto.

En cuanto a la analogía entre la edad de las personas encuestadas y el conocimiento sobre Nollywood cabe destacar que la mayoría tiene entre 18 y 25 años, si bien es cierto, que esta es la edad que más respuestas ha obtenido en el cuestionario con una diferencia de casi el 30% con el resto de franjas. De las 44 personas que saben lo que es Nollywood 24 se encuentran en la franja de 18-25. Entre las franjas 25-35 y 35-45 encontramos a cuatro y a cinco personas respectivamente. Por su parte, siete encuestados entre las edades de 35 y 45 y 4 mayores de 55 conocen lo que significa Nollywood. Todas las personas que afirman conocer Nollywood usan las redes sociales y se informan de la actualidad a través de medios digitales. La media que sacamos sobre el número de hora que emplean estas 44 personas es de 3:30 horas al día.

De estos 44 individuos, 40 tienen formación superior (grado, máster o ciclo formativo) y 4 han cursado la formación obligatoria o el Bachillerato. La mayoría (28) tiene grado universitario. Ocho personas están a nivel de máster, dos a nivel de doctorado y dos tienen ciclo superior.

7.2. Análisis de periódicos

Tal y como se ha explicado en la metodología, se ha llevado a cabo un análisis de los cinco periódicos más leídos en el territorio español. *El País*, *El Mundo*, *La Voz de*

Galicia, La Vanguardia y ABC. De cara a las conclusiones del trabajo, este estudio se complementará con los datos del apartado anterior, en donde se ha elaborado una encuesta para conocer el grado de conocimiento que la sociedad tiene sobre Nollywood. Todos los diarios se han consultado el 26 de febrero de 2019.

1. *El País:*

El País	40 resultados
Fecha de la primera y de la última publicación	Primera publicación: 14/06/2013 Última publicación: 09/02/2019
Nollywood es protagonista en la información o aparece de forma anecdótica	Protagonista: 15 Anécdota: 25
Género periodístico que predomina	Reportajes y entrevistas
Número de piezas publicadas sobre Hollywood y Bollywood	Hollywood: 12.424 Bollywood: 456

2. *El Mundo:*

El Mundo	17 resultados
Fecha de la primera y de la última publicación	Primera publicación: 28/01/2009 Última publicación: 16/03/2018

Nollywood es protagonista en la información o aparece de forma anecdótica	Protagonista: 5 Anécdota: 12
Género periodístico que predomina	Reportajes y entrevistas
Número de piezas publicadas sobre Hollywood y Bollywood	Hollywood: 14.729 Bollywood: 509

3. ABC:

ABC	17 resultados
Fecha de la primera y de la última publicación	Primera publicación: 17/12/2008 Última publicación: 04/03/2016
Nollywood es protagonista en la información o aparece de forma anecdótica	Protagonista: 5 Anécdota: 12
Género periodístico que predomina	Reportajes y entrevistas
Número de piezas publicadas sobre Hollywood y Bollywood	Hollywood: 18.512 Bollywood: 507

4. La Vanguardia

La Vanguardia	16 resultados
---------------	----------------------

Fecha de la primera y de la última publicación	Primera publicación: 24/01/2009 Última publicación: 16/02/2019
Nollywood es protagonista en la información o aparece de forma anecdótica	Protagonista: 5 Anécdota: 11
Género periodístico que predomina	Reportajes y entrevistas
Número de piezas publicadas sobre Nollywood y Bollywood	Hollywood: 25.300 Bollywood: 2.220

5. La Voz de Galicia

La Voz de Galicia	0 resultados
Fecha de la primera y de la última publicación	
Nollywood es protagonista en la información o aparece de forma anecdótica	
Género periodístico que predomina	
Número de piezas publicadas sobre Nollywood y Bollywood	Hollywood: 8.500 Bollywood: 201

Tal y como muestran los resultados, la presencia de nuestro objeto de estudio en los medios de comunicación españoles es bastante escasa. En total, se han encontrado

90 piezas periodísticas en las que se menciona el fenómeno. *El País* es el periódico que más publicaciones sobre Nollywood tiene (40). La gran mayoría de sus artículos pertenecen al blog [África no es un país](#) de la sección *Planeta Futuro*. La creación de dicha sección ha sido primordial para que el diario mejore en el tratamiento informativo sobre África y se convierta en uno de los medios que más noticias publica sobre el continente.

La Voz de Galicia (0) se sitúa en el otro extremo como el único medio que no ha escrito ninguna noticia sobre Nollywood. Entre ambos diarios mencionados se encuentran *El Mundo* (17), *ABC* (17) y *La Vanguardia* (16).

La primera aparición de Nollywood que se realiza en estos cinco medios es en *ABC*. Se trata de un artículo escrito por el profesor e investigador de cines periféricos Alberto Elena en el año 2008. Es una información rescatada de la hemeroteca digital del diario en la que se habla sobre el Festival Internacional de Cine del Cairo y el despunte del cine en el África subsahariana.

NUEVO MAPA AFRICANO

EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE EL CAIRO, EL MÁS IMPORTANTE DEL MUNDO ÁRABE, SE HA HECHO ECO DEL AUGE DE LAS HASTA HACE POCO MARGINALES FILMOGRAFÍAS DEL ÁFRICA SUBSAHARIANA. LA VARIADA OFERTA DE SUDÁFRICA, Y LA GRAN PRODUCCIÓN EN VÍDEO DE NIGERIA (NOLLYWOOD) SON LOS EJES PUNTEROS DE ESTE DESPERTAR

ALBERTO ELENA

Con España como país invitado en esta edición, el Festival Internacional de Cine de El Cairo ha cerrado sus puertas con renovadas apuestas en distintas direcciones. La fuerte competencia en el circuito de festivales –sobre todo en la Categoría A, con la que está reconocido el certamen egipcio– obliga a éstos a redefinir continuamente sus estrategias, ensayando nuevas fórmulas y modalidades. Pero en este caso la decidida y muy significativa apuesta de El Cairo por las cinematografías del África subsahariana ha de leerse como una maniobra de mayor calado en consonancia con las grandes transformaciones que en los últimos años está experimentando la producción en la región. Respondiendo, aparentemente, a un compromiso adquirido por su dirección el año pasado, el Festival de El Cairo habría venido finalmente a ofrecer un hogar a unas cinematografías tradicionalmente desamparadas (la expresión que pusiera en circulación días atrás uno de los principales diarios cairotas).

Aunque la representación del África subsahariana en el programa del Festival aún puede considerarse modesta, la apertura de una sección monográfica dedicada a la misma constituye un hito relevante, como



CIRCULOS. EN LA OTRA PÁGINA.

de los socios del Norte... y de sus condiciones y exigencias. Nunca

rafricanos, ganó el Oso de Oro en el Festival de Berlín v. un año después.

e intelectuales, ignorado por el circuito internacional de festivales... pero resulta tremendamente popular entre el público local. Millonaria industria informal, al menos en su primera fase de expansión, el vídeo nigeriano –sin alcanzar niveles estéticos satisfactorios– comienza a expandirse fuera de las fronteras del país para llegar a públicos insospechados, desde Benín a Madagascar, por más que estos nuevos espectadores no comprendan el lenguaje original en que están habladas dichas producciones (gbo, yoruba, hausa... o incluso inglés). Genuine fenómeno cultural –para algunos la más característica expresión de la cultura popular africana en este cambio de siglo–, Nollywood comienza a obtener también un cierto reconocimiento internacional: tal vez sus películas no sean (aún) demasiado buenas, pero no cabe duda de que Nollywood ya sí cuenta.

DESEMBARCO. Tímidamente imitado en otras latitudes, el fenómeno Nollywood tampoco parece fácilmente exportable (el vasto mercado local que proporciona la millonaria población de Nigeria no se da en otros países, donde además la implantación del vídeo doméstico es mucho más reducida y la fragmentación lingüística puede llegar a adquirir proporcio-

Del mismo modo, las piezas más actuales sobre Nollywood se encuentra en el periódico *La Vanguardia* (16/02/2019), así como en *El País* (09/02/2019). Sin embargo, en ambas publicaciones hablan sobre las elecciones de Nigeria celebradas

el pasado 24 de febrero de ese mismo año y se menciona Nollywood para ofrecer información general sobre el país al lector.

JORNADA
ELECTORAL

El naufragio de la economía marca las presidenciales de hoy en Nigeria



• El presidente Muhammadu Buhari y su principal rival, Atiku Abubakar, favoritos

XAVIER ALDEKOA,
BARCELONA
19/02/2019 00:39
Actualizado a
19/02/2019 03:29



ELECCIONES EN NIGERIA | 1

La paradoja de Nigeria: un continente atrapado en un país

Los nigerianos acuden el 16 de febrero a las urnas para decidir quién cogerá las riendas de la primera economía de África y del país más poblado del continente, tierra de grandes estrellas de la cultura, de innovación y éxito, pero también de miseria, fervor religioso y terrorismo



SEBASTIÁN RUIZ

Lagos - 9 FEB 2019 - 21:42 CET



En relación con esto, ha resultado necesario hacer una distinción entre las informaciones en las que se habla del cine nigeriano y sus características, como puede ser el caso del artículo de Alberto Elena, y las noticias en las que Nollywood se menciona de manera anecdótica. Por lo tanto, del total (90) de las publicaciones, tan solo 30 se centran exclusivamente en hablar sobre Nollywood. En estas 30 publicaciones destaca por encima del resto de género el reportaje y, en segundo lugar, la entrevista. En menor medida, también encontramos listas de estrenos y crónicas. Esto último indica que, aunque se hable poco de Nollywood los redactores de las noticias han realizado un trabajo en profundidad para elaborar las informaciones.

En el punto en el que más se puede percibir el escaso tratamiento sobre Nollywood es en el que se compara el número de piezas publicadas sobre este fenómeno y el número de apariciones de Hollywood y Bollywood. En todos los periódicos Hollywood es la industria de cine que más atención tiene. En total, aparece 79.000 veces en los buscadores de estos diarios, frente a los 3.800 resultados sobre Bollywood y los 90 de

Nollywood ya comentados. Se percibe una gran desigualdad entre las tres industrias. Recordemos que Nigeria es el segundo país que más películas produce del mundo, por detrás de la India y por delante de Estados Unidos.³⁴

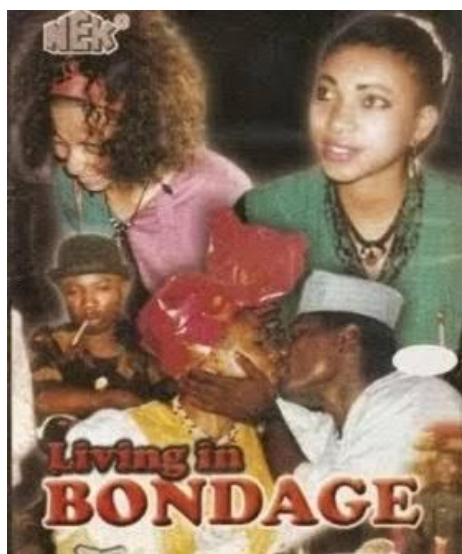
Estas diferencias, sin embargo, no sorprenden pues también encajan con los resultados obtenidos en la encuesta realizada al público. De los 216 encuestados, 176 personas afirman que el país del que más películas consumen es Estados Unidos (81,5%). De este modo, podemos demostrar que la aparición en los medios tiene gran influencia respecto a la audiencia de la industria puesto que los 3.800 resultados de Bollywood en los diarios digitales españoles, encajan con el dato de la encuesta: tan solo 1 persona de las 216 encuestadas consume el cine producido en la India.

Además, podemos relacionar las 90 apariciones de Nollywood en los medios con que 172 encuestados (80,1%) desconocen la industria y solo 12 (5,6%) ha visto alguna vez información sobre el cine nigeriano en los medios.

7.3. Análisis de películas

Con la intención de profundizar en las características de la industria de cine nigeriana se ha procedido a realizar un análisis de las siguientes películas:

1. Living in Bondage (1992)



³⁴Bright J. (2015). Meet Nollywood: The second largest movie industry in the world. *Fortune*.
Vía: <http://fortune.com/2015/06/24/nollywood-movie-industry/>

³⁵ Cartel de la película *Living in Bondage*

Sinopsis: Andy pertenece a la clase media nigeriana, está casado con Merit, tiene un buen trabajo y su vida es aparentemente feliz. Un día, asiste a una fiesta con sus amigos y siente envidia de los coches glamurosos y de las mujeres jóvenes de estos. La avaricia empieza a relucir dentro de Andy y decide cambiar de vida. Para ello tendrá que vender a su querida esposa Merit al mismísimo diablo. Una vez realizado el trueque, la vida de Andy cambia por completo y se llena de riqueza. Todo parece ir sobre ruedas hasta que el fantasma de su exmujer se le aparece por primera vez. La inseguridad se apodera de Andy y empieza a perder todas sus riquezas hasta quedarse sin nada.

Director: Chris Obi Rapu

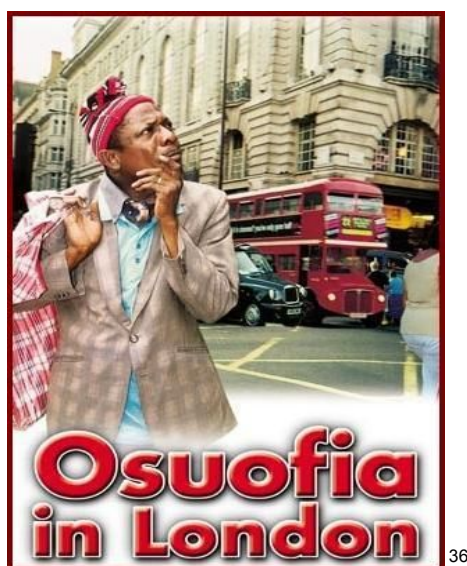
Elenco de actores: Andy (Kenneth Nnebue), Merit (Nena Nwabueze), Chief Omego (Kanayo O.), Ichie Million (Francis Agu).

Película visualizada en: <https://www.youtube.com/watch?v=oGXs6Cd1jfA>

Película	Living in Bondage
Año	1992
Duración	2 horas y 40 minutos
Idioma	Primero se publicó en igbo con subtítulos en inglés, más tarde y debido a su éxito se dobló íntegra al inglés.
Lugar de los hechos	Toda la película transcurre en interiores de la ciudad de Lagos, Nigeria.
Premios	Esta película no fue galardonada con ningún premio.
Colores	La ropa de los personajes de la película es muy colorida, sobre todo la de las mujeres.
Planos	Toda la película está grabada en plano general y plano medio.

Efectos especiales	No hay
Fotografía	Toda la película transcurre en el interior de una casa por lo que no se puede apreciar ninguna característica con respecto a la fotografía.
Calidad técnica general	La película parece un vídeo casero grabada con una cámara antigua. El sonido es malo y a veces no se oyen los diálogos de los personajes, las escenas son demasiado largas. Los cambios entre escena y escena son demasiado bruscos.
Temática	Lucha de clases, avaricia, envidia, importancia de la familia.
Papel de la mujer	La mujer es tratada como un objeto durante toda la película. Tanto al hacer un trueque con ellas como el trato que le dan los hombres.
Papel de la religión	Presencia del cristianismo.
Contenido político	No hay
Valores sociales	La diferencia entre clases sociales, la envidia, la avaricia del ser humano, la mentira, la confianza, la nostalgia y el arrepentimiento.
¿Se parece a Occidente?	No. Es una película con escenas muy largas, algo poco común en las películas occidentales. Asimismo, la temática tampoco encaja en nuestros estándares y la calidad técnica tampoco.
Otros	Los expertos consideran que es la primera película de lo que se conoce como Nollywood.

2. Osuofia in London (2003)



36

Sinopsis: Osuofia vive en una tranquila aldea nigeriana con su mujer y sus cinco hijas. Se dedica a la caza pero no consigue ganar dinero con ello y se ve obligado a pedir un préstamo que es incapaz de devolver. La suerte llama a su puerta cuando le llega la inesperada noticia de que tiene un hermano secreto en Londres que ha fallecido y que del que heredado todo su dinero. Osuofia va en busca de su fortuna, consigue escapar de los abogados que van tras él para reclamarle el préstamo y vuelve a casa con mucho dinero. Por medio del humor se narran las aventuras de este campesino nigeriano que viaja por primera vez a Occidente.

Director: Kingsley Ogoro

Elenco de actores: Nnkem Owoh (Osuofia), Sebastian Hall (Ben Okafor), Mara Derwen (Samantha), Cynthia Okereke (mujer de Osuofia).

Película visualizada en: <http://www.qbaski.tv/search/osuofia-in-london/>

Película	Osuofia in London
Año	2003
Duración	1 hora y 40 minutos
Idioma	Una aldea al sureste de Nigeria y Londres.

³⁶ Cartel de la película *Osuofia in London*

Lugar de los hechos	Inglés e igbo.
Premios	AMAA a la Mejor Banda Sonora
Colores	La ropa de los personajes que aparecen en la película es muy colorida, sobre todo la de las mujeres. Durante la primera parte de la película, cuando Osuofia todavía está en Nigeria, vemos que la imagen de la película es muy brillante, cambiando bruscamente el tono de la imagen a más oscuro cuando el protagonista está en Londres.
Planos	Predominan los planos generales y los planos medios. En algunas ocasiones aparece el plano detalle pero esto provoca el movimiento de la cámara y la turbiedad de la imagen.
Efectos especiales	No hay
Fotografía	Aparecen algunos planos generales de la ciudad de Londres o de la aldea donde vive Osuofia, pero la cámara es inestable y en muchos casos parece que se trata más de un croma que de una imagen real.
Calidad técnica general	La película parece un vídeo casero grabado con una videocámara de los 90. A veces sonido e imagen no concuerdan y la cámara hace movimientos demasiado bruscos.
Temática	Infidelidad, lucha de clases, la importancia de la familia, diferencia entre etnias y las apariencias sociales

Papel de la mujer	Hay muchos estereotipos hacia la mujer en la película. Tanto hacia las mujeres africanas como las londinenses. En muchas ocasiones Osuofia desprecia y trata mal a sus hijas o a su mujer. También se sorprende ante la forma de vida liberal de las mujeres europeas.
Papel de la religión	Presencia del cristianismo.
Contenido político	No hay
Valores sociales	Al principio del filme vemos latentes algunos valores sociales como las diferencias sociales, la pobreza o la hegemonía del hombre dentro de la familia. Conforme avanza la película vemos que el valor central que se pretende transmitir es la diferencia cultural entre Europa y África.
¿Se parece a Occidente?	No. Es una película con escenas muy largas, algo poco común en las películas occidentales. Asimismo, la temática tampoco encaja en nuestros estándares y la calidad técnica tampoco.

Otros	<p>Aunque pueda parecer que la valoración general de esta película es negativa, sobre todo en lo referido a las cuestiones técnicas, es importante remarcar cuáles son los puntos claves de la fama que tuvo esta película en su estreno. Se trata de una comedia en la que el humor está presente en todo momento. Además, la banda sonora supuso todo un avance en lo que se venía haciendo en la industria y fue pionera en la incorporación de sonidos y música tradicional. En la actualidad, hay controversias sobre si el fondo de esta película es sexista y racista, a pesar de ello, sigue siendo todo un hito humorístico en la historia del cine nigeriano.</p> <p>Esta comedia es todo un clásico en Nigeria y en África. El protagonista es conocido popularmente como Papá Osuofia y es muy querido por la audiencia. La película tuvo tanto éxito que al año siguiente se publicó <i>Osuofia in London 2</i> , lo que provocó el salto al estrellato de su protagonista Owoh.</p>
-------	---

3. The Wedding Party (2016)



37

³⁷ Cartel de la película *The Wedding Party*

Sinopsis: La boda de Dozie y Dumni reúne a dos familias adineradas de distinta etnia. Los novios no pueden esperar más para casarse porque un fuerte vínculo amoroso les une. No obstante, no todos los familiares están de acuerdo con el romance y esto complicará la celebración. Por medio de la comedia se tratan las diferencias sociales, la envidia y la avaricia. La infidelidad y los valores familiares también cobran importancia. Una historia divertida y crítica a la vez, con toques de humor a la africana y final feliz.

Director: Kemi Adetiba

Película visualizada en: <https://www.netflix.com>

Película	The Wedding Party
Año	2016
Duración	1 hora y 50 minutos
Lugar de los hechos	Lagos, Nigeria
Idioma	Inglés, yoruba e igbo
Premios	Nigerian Entertainment Awards a Mejor Imagen, City People Movie Award a Mejor Película del Año.
Colores	Ambiente muy colorido. Vestuario y decoración con muchos tonos, no hay una única gama predominante
Planos	Predominan los planos generales. Poca atención por el detalle. No hay primerísimo primer plano ni plano detalle. Poco primer plano. Tampoco se juega mucho con el ángulo de la cámara
Efectos especiales	No hay

Fotografía	Se presentan algunas imágenes panorámicas de la ciudad en la que transcurre la historia pero no son de mucha calidad
Calidad técnica general	Cámara muy estática y escenas muy largas
Temática	Infidelidad, lucha de clases, la importancia de la familia, diferencia entre etnias y las apariencias sociales
Papel de la mujer	Hay estereotipos sobre las mujeres: Se plasma la rivalidad de dos mujeres por un hombre y se da una imagen de suegra amargada. Asimismo, se puede ver como las protagonistas se resignan a vivir en una relación infiel, algo novedoso en una sociedad en la que es común que el hombre tenga varias mujeres.
Papel de la religión	Presencia de la religión cristiana en la ceremonia de la boda y en el banquete y en el celibato de Dumni.
Contenido político	En la escena en la que el ladrón retiene a los protagonistas en la habitación de regalos, se habla del paro y de las diferencias entre ricos y pobres
Valores sociales	Valores tradicionales de la familia, valores tradicionales de las etnias, avaricia y envidia entre familias adineradas, el baile como valor en la sociedad africana, valores cristianos
¿Se parece a Occidente?	Sí. Aunque tal vez se acerque más a las películas de comedia realizadas en la década de los 90 o de los 2000

Otros	La banda sonora entremezcla sonidos africanos y un <i>techno</i> más occidental. En general, la película entera busca esa sinergia entre lo moderno y lo tradicional. Es el mayor éxito de la industria hasta el año 2017. Recaudó 453.050.000 nairas. En el mismo año se publicó la secuela <i>The Wedding Party 2</i> .
-------	---

4. Lionheart (2018)



Sinopsis: Lionheart es una empresa familiar de transporte al sureste de Nigeria. Fue fundada por Ernest Obiagu, quien se ve obligado a dejar el negocio por problemas de salud. Su hija, Adaeze, será la nueva directora y tendrá que solucionar por sí misma todos los problemas que caen sobre la empresa. Un drama que habla de feminismo, de la importancia de las relaciones familiares y del esfuerzo personal.

Director: Genevieve Nnaji

Actores: Genevieve Nnaji (Adaeze), Nkem Owoh (Tío de Ada), Pete Edochie (Obiagu).

Película visualizada en: <https://www.netflix.com>

³⁸ Cartel de la película *Lionheart*

Película	Lionheart
Año	2018
Duración	1 hora y 35 minutos
Lugar de los hechos	Endugu, Nigeria
Idioma	Inglés, igbo
Premios	Outstanding World Cinema Motion Picture, Back Reel Awards 2019.
Colores	Es menos colorida que el resto de las películas. Uso de tonos más oscuros y menos vestimenta tradicional de África.
Planos	Predomina el plano general y el plano medio. También hay bastante presencia de primeros planos y algo de primerísimo y detalle.
Efectos especiales	No hay
Fotografía	Se juega mucho con los paisajes de Endugu. Hay numerosas escenas en las que la fotografía es buena: al inicio de la película, cuando Ada sale a correr por las mañanas, cuando la protagonista y su tío van a Kaku...
Calidad técnica general	Es una película mucho más sofisticada que las anteriores. Buena fotografía, buenas interpretaciones, destacando a Genevieve Nnaji. La cámara es menos estática, hay mayor variedad de planos, las escenas no tienden a ser largas.
Temática	Feminismo, racismo entre etnias, importancia de la familia, corrupción y sobornos.

Papel de la mujer	Ada es una mujer fuerte que lleva toda la vida trabajando para ser directora de la empresa familiar. En algunas ocasiones del largometraje, no se le toma en serio o se pone en duda su potencial pero por lo general, se pretende mostrar la capacidad de liderazgo de una mujer.
Papel de la religión	Referencias religiosas constantes entre los hombres de la película. La protagonista, no parece ser muy creyente pero sí el resto de personajes. Las tradiciones étnicas también cobran mucha importancia.
Contenido político	Ada y su tío van a la cárcel por intentar sobornar a un banquero. Consiguen escapar tras mentir a un policía. La corrupción y el soborno son uno de los problemas más graves de África. En muchos momentos se nombra la coyuntura de crisis económicas en la que se encuentra el país.
Valores sociales	Familia, religión, desigualdad social, feminismo, trabajo y esfuerzo, la importancia del legado familiar, la vida y la muerte.
¿Se parece a Occidente?	Sí
Otros	Cuando Ada sale a correr por las mañanas siempre lleva ropa de la marca <i>Nike</i> . Las empresas han empezado a fijarse en Nollywood y son conscientes de su potencial. El uso del <i>product placement</i> ³⁹ por parte de las grandes marcas es un ejemplo de cómo va evolucionando la industria. Fue la primera película nigeriana que se estrenó en Netflix. Es también el primer trabajo como directora de la estrella Genevieve Nnaji.

³⁹ Técnica de publicidad mediante la cual el producto es integrado de forma natural. El producto se sitúa dentro del espacio publicitario sino dentro de la programación, películas, series..

8. Conclusiones

Las investigaciones realizadas nos han llevado a sacar una serie de conclusiones que nos ayudan a refutar las cuatro hipótesis formuladas. Con el objetivo de dar respuesta al primer supuesto que indica que “No hay información sobre Nollywood en España. La ciudadanía desconoce otras industrias cinematográficas más allá de las occidentales”, hemos realizado una encuesta y un estudio de los cinco medios de comunicación españoles más leídos. Los resultados obtenidos reflejan el desconocimiento de la población sobre el cine nigeriano.

De 216 personas encuestadas, tan solo 44 (20,4%) saben qué es Nollywood. Las personas que más informadas están al respecto tienen entre 18-25 y 45-55 años. El 25% de las personas encuestadas de estas edades saben lo que es Nollywood. Todas estas personas usan las redes sociales con asiduidad y el 75% tiene un nivel alto de estudios como la universidad, máster, doctorado o ciclo superior. No podemos establecer una relación directa entre la edad y el conocimiento sobre el fenómeno estudiado pero sí podemos determinar que las redes sociales y los medios de comunicación digitales son el principal canal de información para este tipo de cuestiones.

Del mismo modo, también podemos establecer una sinergia entre el nivel de estudios y el conocimiento de Nollywood, sin embargo esta sinergia no es total pues también hay gente sin formación (25%) que conoce nuestro objeto de estudio.

Toda la información obtenida en la encuesta es de utilidad para afianzar los datos recabados en el análisis de los periódicos más leídos de España. Los medios analizados han sido *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *ABC* y *La Voz de Galicia*. En total, hemos encontrado 90 publicaciones sobre Nollywood frente a las 79.000 veces que aparece Hollywood y las 3.800 de Bollywood. Esto guarda estrecha relación con que tan solo el 5,6% de los individuos haya visto información sobre el cine nigeriano en los medios de comunicación, así como con que el 81,5% consume películas producidas en Estados Unidos por encima de otros países. Además, el hecho de que la práctica totalidad de los artículos escritos sobre Nollywood sean reportajes puntuales indica que no se informa sobre la actualidad del fenómeno y que no se ha hecho un seguimiento del crecimiento de la industria. Los medios españoles aumentaron la cantidad de piezas escritas sobre Nollywood entre los años 2014-2015, años en los que la industria llegó a oídos de Occidente al tener la oportunidad de

presentarse a los Premios Oscar. Sin embargo, no ha habido continuidad y esto provoca que 204 encuestados nunca hayan visto información sobre el tema. Por lo tanto, podemos afirmar que la primera hipótesis formulada se cumple. Los ciudadanos no tienen conocimiento acerca de la industria de cine de Nigeria y prefieren las industrias occidentales como Hollywood para ver películas. Se añade además que la responsabilidad de ello recae en los medios de comunicación ya que no se ha hecho un seguimiento correcto del objeto. Al 74,1% de los encuestados les gustaría tener más accesibilidad tanto a la información como a las películas, por lo tanto, es necesario exigir a los medios un mejor tratamiento tanto de Nollywood, como de otros aspectos culturales de aquellos países que no entran dentro de la agenda.

En lo que respecta a la segunda hipótesis, tenemos que efectivamente Nollywood se ha convertido en vehículo de la tradición e identidad nigeriana. Una vez que consiguió la independencia, Nigeria recondujo su industria cinematográfica, no imitó el trabajo de los ingleses ni se dejó influir por ningún otro gran mercado. Nollywood se formó a base de la creatividad de sus ciudadanos y en torno a la temática que mejor encaja con la cultura del país. Del mismo modo, se creó para entretener a los nigerianos y se difunde precisamente así, a la nigeriana. De manera rápida y barata, accesible para todo el mundo. En la investigación realizada sobre cuatro clásicos nollywoodienses, hemos podido comprobar la evolución de la industria y el avance de los tópicos sobre los que tratan las películas. Entre *Living in Bondage* (1992) y *Lionheart* (2018) se puede ver cierta modernización de las historias, pero siempre se mantiene la esencia nigeriana que es sin duda el motor que permite a Nollywood funcionar. Esta esencia la podemos encontrar en la banda sonora, en la que siempre aparecen melodías africanas, en la ropa colorida de los protagonistas con el uso de turbantes y trajes estampados y en la importancia del baile que siempre acaba apareciendo en todas las historias. La presencia de la religión, los lazos con la familia y el valor de comunidad están presentes desde el filme de 1992 hasta el del 2018. El slogan que podría definir esta industria es “Desde Nigeria para Nigeria”.

El tercer supuesto dice lo siguiente: “La industria sitúa a Nigeria en un contexto cultural internacional e influye positivamente en la economía. Del mismo modo, se producen cambios políticos y sociales gracias al crecimiento”. A lo largo del trabajo se han comentado los beneficios económicos de Nollywood, aporta empleo y PIB al país. La industria también ayuda a que limpiar de estereotipos la imagen de Nigeria en Occidente, un país que no para de crecer tanto en población como en economía y que

promete hacer prosperar su industria cinematográfica por todo África y todo el mundo en muy poco tiempo.

No obstante, no se ha podido demostrar que Nollywood haya servido como precursor de cambios políticos, ya que no se ha percibido ningún afán revolucionario en las cintas analizadas. Aunque en esta ocasión nos vemos en una contradicción porque los expertos aseguran cambios sociales como el cambio de hábitos de consumo cuando se produjo el *boom* del mercado de VHS. Por lo tanto, si se producen cambios sociales y económicos estos suelen tener su consecuencia política, así que es probable que en un futuro haya transformaciones o que ya se hayan sucedido pero no se hayan podido demostrar en este trabajo.

Por último, la cuarta hipótesis formulada al inicio de este estudio hace alusión a la evolución del VHS al DVD, cine y plataformas online. Asimismo, se refiere a la mejoría en las cualidades técnicas de las producciones. El análisis de las películas *Living in Bondage*, *Osuofia in London*, *The Wedding Party* y *Lionheart* efectuado en el punto 7.3. nos da las respuestas a este supuesto. Tal y como se ha demostrado, desde el año 2010 se inicia la mejora técnica en las películas, con imágenes más nítidas y escenas menos largas. El mayor salto de calidad lo vemos entre la cinta *Osuofia in London* del año 2003 y *The Wedding Party* en 2016 en el que se pasa de una película grabada con cámaras de vídeo caseras, con un equipo escaso de intérpretes, una resolución muy baja y un sonido estruendoso, a una mayor nitidez de la imagen, mejor sonido, todo un elenco de actores y cámaras digitales que ofrecen una mejor calidad. Si bien es cierto, *The Wedding Party* ofrece escenas demasiado largas y poco juego con los planos de la cámara, lo cual conlleva a una imagen muy estática. La perfección técnica no la encontramos hasta el año 2018 con la superproducción *Lionheart*, cuyo trabajo técnico es muy similar al de cualquier producción película estadounidense.

Un aspecto relevante es que en Nollywood no se emplean efectos especiales, y por lo tanto, en contra de lo que se estipulaba en la hipótesis, no se ha avanzado en este sentido. La cuestión no es que no cuenten con los medios necesarios para ello, pues una película como *Lionheart* dispone de suficiente presupuesto. La cuestión aquí es que desde sus inicios el cine nigeriano ha tendido a contar historias reales, en un principio por falta de dinero. Es por ello que en la mayoría de ocasiones no concuerda emplear efectos especiales. Por su trayectoria, Nollywood seguirá tirando de realismo y, salvo en contadas excepciones, veremos películas relacionadas con los géneros de acción o ciencia ficción que tanto triunfan en Occidente.

Otro punto a destacar, aunque no guarda analogía con lo propuesto en la hipótesis, es el avance del papel de la mujer en Nollywood. Desde el rol de objeto que se refleja en *Living in Bondage* hasta la representación de una mujer fuerte y poderosa que plantea *Lionheart*. Además, este progreso va más allá de la pantalla y se puede ver como el número de directoras ha aumentado en los últimos años con mujeres al frente de grandes superproducciones como Genevieve Nnaji o Kemi Adetiba.

9. Bibliografía

Witt, E. (2017). *Nollywood: The making of a film empire*. Nueva York, Estados Unidos. Columbia Global Reports.

Obiaya, I. (2011). *A Break With the Past: The Nigerian Video Film-Industry in the Context of Colonial Filmmaking*. School of Media and Communications. Pan-Atlantic University.

Val Cubero, A. (2015). *Del Home Video al Nuevo Nollywood: la poderosa industria audiovisual del Nigeria*. Universidad Carlos III de Madrid. DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/secuencias2015.41.002>

Omanufeme, S. (2016). *Nollywood, un éxito arrollador*. Finanzas y Desarrollo. Junio de 2016. p. 30-32.

Oh, E. (2014). *Nigeria's Film Industry: Nollywood Looks To Expand Globally*. United States International Trade Commission. Estados Unidos.

Lucía, I. (2016). Crónicas de Nollywood. *El orden mundial*. España.

Rice, T. (2010). Colonial Film Unit. *Colonial Film. Moving Images of the British Empire*.

Smyth, R. (1979). The Development of British Colonial Film Policy, 1927-1939, with special reference to East and Central Africa. *The Journal of African Historia*, 20 (3). 437-450. DOI:10.1017/S0021853700017400

(1999). Nigeria's Story of Turmoil. *Washington Post*. Nigeria Special Report. Estados Unidos.

Ruiz-Cabrera, S. (2018). Como ver cines africanos y no morir en el intento (II): Plataformas online. *La Vanguardia*. Universo África. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20181021/452428361628/ver-cine-africa-no-online.html> el 24/02/2019.

Elena, A. (1999). *Los cines periféricos: África, Oriente Medio, India*. España. Paidós Ibérica.

Bright, J. (2015). Meet 'Nollywood': The second largest movie industry in the world. *Fortune*. Recuperado de: <http://fortune.com/2015/06/24/nollywood-movie-industry/> el 15/02/2019.