

# UN ÁGUILA EN UN CONTEXTO AUDIOVISUAL MULTILINGÜE: EL PRÓSPERO NOLLYWOOD NIGERIANO

## *A spread eagle in a multilingual audiovisual context: Nigeria's flourishing Nollywood*

Adrián FUENTES LUQUE

Universidad Pablo de Olavide

[afuentes@upo.es](mailto:afuentes@upo.es)

RESUMEN: Nollywood, la industria audiovisual nigeriana, es la segunda industria fílmica del mundo (más de 2500 películas al año). La industria de Nollywood difiere mucho de la del África francófona, tanto técnica, estética, lingüística y culturalmente, como en las formas de producción y distribución que se utilizan. Este artículo se acerca al poco conocido mundo de la producción audiovisual del África subsahariana, cómo se produce, distribuye y traduce. Se analizan los modos de traducción y las prácticas utilizadas, así como los aspectos lingüísticos, sociales y geopolíticos, y se muestra el potencial floreciente de las producciones audiovisuales de Nollywood, y su influencia en África y el resto del mundo, tanto en el mundo occidental como entre la diáspora subsahariana.

*Palabras clave:* Nollywood; traducción audiovisual; multilingüismo; cine africano; Nigeria.

### 1. ¿QUÉ ES NOLLYWOOD?

Aunque Nollywood es el término que engloba a la industria del vídeo masivo de Nigeria, en sentido estricto, se refiere únicamente a las películas del sur de Nigeria, principalmente en las regiones de habla inglesa, yoruba e igbo. El norte de Nigeria, de habla hausa, también cuenta con una prolífica tradición cinematográfica, conocida como Kannywood (por la capital de la región, Kano). Otras zonas subsaharianas que también están desarrollando rápidamente el modelo nigeriano son Ghana (cuya industria cinematográfica se conoce como Ghallywood) y Tanzania (Bongowood).

Temáticamente, se pueden distinguir tres áreas principales en las películas de Nollywood:

- El cine yoruba, fuertemente influenciado por la popular tradición del teatro itinerante yoruba, y marcado por la brujería y el terror vudú, los tabúes y las historias de superstición.
- Las películas igbo (a menudo rodadas en inglés) tienen su origen en la televisión, especialmente en las telenovelas.
- Las películas hausa copian los modelos, temas y estética de los musicales y melodramas de Bollywood, muy populares en el norte de Nigeria.

No obstante, otros géneros comunes en las películas yoruba e igbo incorporan el romance, las epopeyas históricas y las narrativas populares urbanas de violencia, religión, prostitución, dinero y corrupción.

Las películas hausa están marcadas en gran medida por el contexto social, religioso y geopolítico en el que se producen. Al igual que las películas igbo están especialmente influenciadas por la literatura del

mercado Onitsha, las películas Kannywood se basan en la literatura romántica barata y las películas de Bollywood.

Se pueden establecer dos categorías más: las películas rodadas íntegramente en inglés (inglés nigeriano o inglés pidgin nigeriano) y las rodadas en Englishbo en las que se utilizan tanto el inglés como el igbo. Como señala Esan (2008), «Englishbo also reflects tensions between modern and traditional Igbo cultures. The ethnic affiliation around the industry is very clear in the story lines, shooting location, and sometimes even the cast». Aunque *Living in Bondage*, la película que inició el *boom* del vídeo de Nollywood, fue rodada originalmente en igbo, pronto fue subtitulada al inglés. En general, los cineastas y el público igbo prefieren el uso del inglés o del Englishbo, lo que revela un desinterés por las pocas películas producidas en lengua igbo.

## 2. LAS ENTRAÑAS DE NOLLYWOOD

La producción audiovisual de Nollywood es única y sorprendente. Tras Bollywood, es el segundo mayor productor de cine del mundo, con una producción estimada de 2500 largometrajes al año. La industria genera en torno a 45 millones de dólares de ingresos anuales (Adesokan 2004, 47), lo que convierte al sector cinematográfico nigeriano en la segunda fuente de ingresos más importante del país después de las exportaciones de petróleo. Se estima que la industria del vídeo emplea a más de 200 000 personas, «most of whom are involved in the video trade rather than in their production» (Barrot 2008, 38), y las cifras de audiencia se cuentan por millones.

En Nollywood apenas existen normas técnicas y de producción establecidas. Las películas se filman utilizando tecnología de vídeo (las primeras en vídeo VHS, que hoy día ha evolucionado a equipos de vídeo digital ligeros) y se terminan en unas dos semanas con presupuestos muy bajos (unos 15 000 dólares). La escala del negocio es enorme y extremadamente rápida, y cualquier película puede llegar a rendir diez veces más en menos de una semana. La distribución media de una película es de 40 000 copias (aunque es difícil obtener estadísticas fiables) con algunos éxitos, como *Osuofia in London* (2003, 1ª parte), que vendió unas 400 000 copias según su productor, Kingsley Ogoro (Barrot 2008, 34). En su mayor parte, no hay estudios de cine. Las películas se graban en las calles, hoteles, casas particulares y zonas improvisadas de rodaje, lo que hace que las películas y las narrativas que cuentan sean más plausibles, auténticas y cercanas al público.

Aunque las cintas VHS (2 dólares cada película) todavía se utilizan en el norte de Nigeria y en los territorios vecinos y son más baratas que los VCD (alrededor de 3 dólares cada uno), el vídeo VCD se ha convertido en gran medida en la tecnología común en la mayoría de los países subsaharianos, gracias a una mejor calidad de sonido e imagen y a unos precios más bajos que los discos y reproductores de DVD, que solo pueden permitirse los más ricos. Los VCD son además más versátiles que las cintas VHS, utilizan compresión digital de audio/vídeo y tienen una capacidad de almacenamiento de unos 700 MB (mientras que un DVD puede almacenar hasta 7 GB).

La transición del vídeo analógico VHS a la tecnología digital podría equipararse al cambio del celuloide al vídeo. Sin embargo, tal revolución es un arma de doble filo: a la vez que hace más asequible el rodaje y la venta de películas, la nueva tecnología acabó drásticamente con el reciclaje de copias VHS no vendidas, y el riesgo de piratería se hizo aún más omnipresente, más rápido y fuera de control.

Los largometrajes de Nollywood tienen una duración de entre 90 y 180 minutos y, con bastante frecuencia, siguen la estética y la serialización de las telenovelas (a las que los nigerianos siempre han sido aficionados, desde la aparición de las telenovelas brasileñas y latinoamericanas). Esto explica el hecho de que muchas de las producciones de Nollywood estén estructuradas en partes, con finales abiertos que garantizan la lealtad del público y mantienen el negocio en marcha. La edición de películas

y la postproducción rudimentaria se llevan a cabo con equipos tecnológicos deficientes en los mercados de vídeo de Onitsha y Surulere.

El carácter distintivo de Nollywood también se aprecia en la cadena de producción. Contrariamente a los procesos cinematográficos habituales, en los que los productores y directores son los que mandan y establecen sus propios principios, quienes mandan son los distribuidores. Más preocupados por obtener rápidos beneficios económicos que por los aspectos estéticos y técnicos de las películas, controlan la distribución de estas. No sólo controlan el producto final, sino que actúan, desde sus inicios, como productores al mismo tiempo, dirigiendo a los directores, seleccionando el reparto, fijando plazos y sugiriendo argumentos.

Así, las narrativas surgen del bullicio de las ciudades, de las aspiraciones materialistas vehiculizadas a través de la brujería y la delincuencia; o de musicales y melodramas de Bollywood, y llegan a su ansioso público a través de cines, salas de vídeo públicas en ciudades y pueblos, tiendas callejeras, los mencionados mercados de Surulere, Aba, Idumota y Onitsha (y mercados similares en otros países africanos), así como a través de vendedores ambulantes. En muy poco tiempo después del primer estreno (un par de semanas, a menudo sólo días), las películas se emiten por televisión. Nollywood está evolucionando y trata de adaptarse a nuevas formas de transmisión, principalmente a través de la televisión por satélite y la transmisión de vídeo por Internet (incluidos los teléfonos móviles). Sin embargo, los problemas técnicos y la falta de una buena infraestructura de Internet de banda ancha siguen impidiendo que Nollywood llegue a un público más amplio en África. No obstante, esta evolución tecnológica, que implica el uso de subtítulos para transmitir el mensaje, resulta enormemente útil para la difusión y expansión del cine de Nollywood, tanto entre la diáspora nigeriana en el extranjero como entre los nuevos aficionados al cine de Nollywood.

Es especialmente interesante que la tecnología, principalmente a través de Internet, también está dando forma al presente y futuro de Nollywood. Muchos cineastas y distribuidores ghaneses y nigerianos se están dando cuenta de ello poco a poco y fijando su mirada en el público potencial de la diáspora. Así, la directora y productora nigeriana Femi Odugbemi sugiere que «every filmmaker in Nigeria must look at the diaspora audience very carefully because that is really where the market is», y Emem Isong reconoce un cambio en la distribución y el concepto de negocio, y declara que ahora estrena sus películas primero en Estados Unidos y luego en Nigeria y Ghana al mismo tiempo (Jedlowski 2013, 31). En el marco de este proceso de transnacionalización o internacionalización, se están llevando a cabo algunas iniciativas interesantes. En este sentido, París ha acogido tres ediciones de la Nollywood Week desde 2013, destinadas a promover la televisión y el cine de Nollywood en el extranjero.

El hecho de considerar tanto a la diáspora como a las diferentes audiencias internacionales como un mercado, supone un cambio de mentalidad y de perspectiva que podría plantear nuevos retos desde el punto de vista de los negocios, la cultura y la traducción (ya que las películas deben ser dobladas o subtituladas para garantizar el éxito de la distribución en los mercados y la recepción de la audiencia), al tiempo que crea la necesidad de estudiar más a fondo el fenómeno de Nollywood como un posible proceso de *recolonialización*: África ya no es la colonia. Ahora le toca a África Occidental (liderada por Nigeria) aumentar su presencia, extenderse y *conquistar* (culturalmente hablando) las antiguas metrópolis.

### 3. TRADUCIR NOLLYWOOD

La compleja, dinámica y variada diversidad social, lingüística, política y económica de los diferentes países y regiones de África hace casi imposible delinear el mapa de los modos de traducción audiovisual en África. Sin embargo, es necesario prestar atención a la realidad audiovisual de África. Salvo por un número muy pequeño de artículos académicos (Hamilton y Daramola 2012; Ibbi 2014; Ugochukwu

2009, 2013; Usman y Abdulsalam 2013; Fuentes 2017) y algunos artículos periodísticos breves y dispersos, Nollywood apenas ha sido investigado. Además, la mayor parte de la investigación académica tiende a centrarse en los aspectos semánticos y gramaticales de los subtítulos (Hamilton y Daramola 2012; Ibbi 2014) o en el potencial de los subtítulos para la enseñanza de idiomas (Usman y Abdulsalam 2013).

### 3.1 Subtitulación

Nigeria (y otros países del entorno de Nollywood, como Ghana) optaron por el subtitulado como principal modo de traducción audiovisual, desde el inicio de la industria de vídeo de Nollywood, con la introducción de subtítulos en inglés en la exitosa película igbo *Living in Bondage* (1992). Varios factores llevaron a esta elección, entre ellos la enorme diversidad étnica y lingüística del país, la necesidad de atender al menos a los espectadores de las principales lenguas indígenas (hausa, yoruba, igbo), un índice de alfabetización razonablemente aceptable (en torno al 70%) y una floreciente industria audiovisual que no puede permitirse unos costes de producción más elevados que impliquen el doblaje (al menos el doblaje tal como se conoce y se practica en otras culturas cinematográficas, incluidas las culturas occidentales). El concepto de Nigeria como país multilingüe, que produce textos audiovisuales multilingües, es coherente con la definición de Delabastita y Grutman de un texto multilingüe no sólo como un texto redactado en diferentes idiomas:

... not only the «official» taxonomy of languages, but also the incredible range of subtypes and varieties existing *within* the various officially recognised languages, and indeed sometimes *cutting across* and challenging our neat linguistic typologies. (Delabastita & Grutman 2005, 16)

Podría decirse que, dado el carácter multiétnico y multilingüe de Nigeria y de los territorios vecinos, tal vez habría sido una mejor opción el subtitulado multilingüe. Sin embargo, las limitaciones técnicas, financieras y de formación a las que se enfrenta la industria lo hacen imposible, por lo que se opta por la subtitulación monolingüe en inglés. Las industrias cinematográficas de otros países de la región, como Ghana, también adoptaron esta práctica.

Si bien el inglés es el idioma oficial de Nigeria, según una encuesta mundial sobre cine realizada por la UNESCO (2009), el multilingüismo de Nigeria se refleja en su producción cinematográfica: el 56% de las películas de Nollywood se producen en lenguas locales y el 44% restante en inglés, lo que, según el informe, «puede contribuir al éxito de Nigeria en la exportación de sus películas». La encuesta se llevó a cabo en 2009, pero es muy probable que estos porcentajes hayan tendido en los últimos años hacia una prominencia a favor del inglés frente a las lenguas indígenas, en parte debido a la transnacionalización o internacionalización de Nollywood. Los subtítulos demuestran ser un recurso lingüístico y cultural extremadamente útil y poderoso para los hablantes de las principales lenguas indígenas (yoruba, hausa e igbo) de la diáspora (principalmente en los Estados Unidos, el Reino Unido y los países de Europa occidental), que les ayuda a mantener sus raíces y su lengua viva en el extranjero.

No obstante, algunas lenguas locales son especialmente populares y de éxito, no sólo en su contexto geolingüístico nacional, sino también en los territorios vecinos. Es el caso del hausa en Níger, Chad y el norte de Camerún y el yoruba en Benín y Ghana.

Aunque hay algunos subtítulos en las principales lenguas indígenas, la mayor parte de los subtítulos se hacen en inglés, y algunos subtítulos al francés, principalmente dirigidos a los países africanos vecinos de habla francesa. Sin embargo, la calidad de los subtítulos de Nollywood es, en general, deficiente: la mayoría de las veces no siguen las convenciones básicas, como el número de líneas por subtítulo, el número de caracteres por línea, la duración de los subtítulos en pantalla, la sincronía deficiente de tiempo y espacio, o el color y el tamaño de la fuente. Además, la posición de los subtítulos en la pantalla es anárquica y hay un uso aleatorio de símbolos tipográficos, así como errores ortográficos y gramaticales

terribles, una sintaxis inconsistente, un uso nada sistemático del color de fondo de los subtítulos y omisiones frecuentes (Ugochukwu 2013). Ejemplos de ello son la ausencia de subtítulos en las secuencias de brujería, y en otros casos, las referencias culturales, refranes, proverbios, canciones, etc. son totalmente omitidas. Hamilton y Daramola (2012, 12-20) presentan una categorización (bastante confusa) de los problemas específicos de subtítulos en las películas de Nollywood, que incluyen lo que ellos llaman «traducción directa» (traducción literal), «mala imagen [del país]» y «dogorrea» (verbosidad). Todos estos factores, además de dañar gravemente la imagen proyectada y percibida y disminuir la calidad potencial de la película, provocan confusión y reducen notablemente los niveles de comprensión entre la audiencia, lo que dificulta la recepción. En este sentido, Ibbi (2014, 58) señala que «las películas que se proyecten para el público internacional deben ser aquellas que no deshonren al país a través de subtítulos o guiones».

Hasta ahora, la subtitulación de películas de Nollywood no se ha encargado a subtituladores profesionales ni a traductores cualificados. Las películas se producen con un presupuesto muy limitado, lo que da como resultado una racionalización general de los diferentes procesos implicados en la producción de películas, incluidos los subtítulos. Son los propios directores, productores y distribuidores quienes llevan a cabo la subtitulación y en la mayoría de los casos carecen de la experiencia y la formación necesarias para producir traducciones de calidad. Esto también podría estar relacionado con una cierta falta de formación específica y formal en traducción en la región. En una entrevista reciente (News Agency of Nigeria 2015), el lingüista nigeriano Bosede Alonge advierte sobre el deficiente subtítulo de las películas de Nollywood y pide la participación de traductores y lingüistas profesionales «para que ayuden a producir películas bien traducidas y no películas que maten a los idiomas».

Hamilton y Daramola (2012, 40) resumen las opiniones de dos subtituladores nigerianos, que confirman que todavía utilizan manuscritos en lugar de software. En mi opinión, esto podría resolverse fácilmente, ya que actualmente existen distintos programas informáticos de subtítulo gratuitos que podrían ayudar a mejorar considerablemente la calidad de los subtítulos de Nollywood.

Estos subtituladores explican que tardan un promedio de 24 horas en subtítular cada película y que ganan entre 50 y 100 dólares por película. Entrevisté a otros subtituladores ghaneses y nigerianos (dos graduados universitarios y tres miembros de equipos de filmación) que viven y trabajan en Nigeria, quienes me explicaron que casi nunca se pagan tales cantidades, y que las tarifas son en realidad mucho más bajas que las mencionadas, añadiendo que, en general, los subtituladores de Nollywood carecen de contratos y no tienen un flujo constante de trabajo. La plataforma de vídeo a la carta de Nollywood IrokoTV (conocida como «el Netflix de África») lanzó un plan en 2013 para subtítular las películas de Nollywood en varios idiomas, incluyendo inglés, español y portugués, como parte de su estrategia de internacionalización.

Estoy de acuerdo tanto con Hamilton como con Daramola e Ibbi cuando afirman que la subtitulación debe ser realizada por traductores profesionales y formados y que los cineastas, productores y distribuidores deben darse cuenta de que la calidad de la traducción audiovisual es fundamental para el éxito y la recepción de las películas de Nollywood, especialmente tras el proceso de transnacionalización o internacionalización de Nollywood. Hamilton y Daramola (ibíd., 45) llegan incluso a sugerir que la Junta Nacional de Censura de Cine y Vídeo de Nigeria imponga sanciones por errores de subtítulo.

### 3.2 *Doblaje*

En un artículo introductorio publicado en los primeros años de Nollywood, Bassey Antia (1996, 67-69) afirma que, en aquel momento, no había ningún ejemplo conocido de doblaje en el cine y la televisión nigerianos. Añade que el doblaje sería una mejor opción que el subtítulo, dadas las limitaciones lingüísticas, financieras y técnicas relacionadas con el subtítulo, y que sería la mejor manera de superar los problemas de analfabetismo en Nigeria.

Actualmente, no parece probable que el doblaje se convierta en un modo de traducción audiovisual importante en Nollywood. Se pueden establecer varias razones para ello. Siguen existiendo limitaciones financieras, lingüísticas y técnicas similares que encarecen el doblaje. Persisten las limitaciones técnicas relacionadas con el uso de la tecnología de banda sonora única en lugar de pistas separadas (lo que hace casi imposible traducir o doblar). Además, Nollywood se caracteriza por una falta casi absoluta de expertos en doblaje y de actores de doblaje profesionales (a lo que se añade la ya mencionada mala calidad general de las traducciones). Entre otros factores, el contexto multilingüe de Nigeria (no traducir las películas a las lenguas locales podría significar la pérdida de audiencia y, en última instancia, la desaparición de estas lenguas y culturas) y las preferencias sociales juegan un papel importante. En este sentido, Ugochukwu señala lo siguiente:

...while preliminary surveys on the reception of productions in Nigerian languages tend to indicate a European preference for dubbing, Nigerians and other African viewers have so far felt more at home with subtitling, a technique which better enhances the original Nigerian flavour of the film while discretely [sic] guiding viewers through the storyline. (Ugochukwu 2013)

Sin embargo, ha habido algunos casos de doblaje en el ámbito de Nollywood. Ugochukwu (2013) se refiere a un proyecto conjunto en 2003 entre la Unión Europea, el Ministerio francés de Asuntos Exteriores y la Organización Internacional de la Francofonía para apoyar la distribución de películas africanas en África. Este proyecto consistió en doblar varias películas de Nollywood principalmente al francés, pero también a otros idiomas, como el inglés y el suajili. El doblaje de estas películas no parece haberse realizado en Nigeria, sino en Camerún, Gabón y Ghana, donde hay mejores instalaciones.

Desde la era de los vídeos VHS en la década de 1990, las películas de Nollywood siempre se han visto seriamente afectadas por la piratería. La transición a la tecnología digital y a la edición por ordenador multiplicaron exponencialmente la posibilidad de copias piratas. Como confirma Barrot (2010), la piratería también parece haberse apoderado recientemente del proceso de distribución en forma de doblaje pirata.

A diferencia de Nigeria, otros países africanos sí parecen haber «adoptado» el doblaje, aunque quizás sería más apropiado decir que han desarrollado su propia forma particular de doblaje (o quizá sea más apropiado hablar de improvisación en directo). Así, Kenia, Uganda y Tanzania, algunos de los principales mercados de Nollywood fuera de Nigeria, donde las películas de Nollywood son muy populares, desarrollaron la figura del explicador (el narrador, que ya existía en los primeros tiempos del cine y todavía existe en algunos países asiáticos como Indonesia, Japón y Tailandia, así como en ciertas regiones de la antigua Unión Soviética y Sudamérica), comúnmente conocidos como «vee-jays» (VJs, video jockeys). Los VJs son figuras tremendamente populares, a veces incluso más que los propios actores, que narran, con un estilo exageradamente teatral, una traducción en *off* de la película extranjera (ya sea en directo en salas de vídeo públicas o en grabaciones dobladas vendidas en tiendas y mercados [Hoad 2012]).

El doblaje ha sido objeto de polémica. En este sentido, varios encuentros profesionales entre cineastas nigerianos y distribuidores internacionales, celebrados durante la NollywoodWeek de 2013 en París, debatieron los pros y contras de una más amplia implantación y uso del doblaje en el contexto de Nollywood. Mientras que algunos directores, productores y distribuidores de cine franceses afirmaron que «si quieres llegar a mucha gente tienes que usar el doblaje; si usas el subtítulo, sólo dos o tres intelectuales verán la película» (NollywoodWeek París 2013a), los cineastas y actores de Nollywood consideran que el doblaje es una traición a su trabajo y defienden apasionadamente el uso de los subtítulos como una herramienta muy importante entre la diáspora para enseñar a sus hijos acerca de su cultura y sus características lingüísticas y patrimoniales. También destacaron la importancia de los subtítulos para mantener la autenticidad de sus películas y los idiomas y culturas que presentan. Sin embargo, algunos

de ellos están de acuerdo en que el doblaje quizá podría ser mejor para películas y series de televisión vistas en teléfonos inteligentes, donde el subtítulo no es adecuado dado el pequeño tamaño de la pantalla.

Los cineastas de Nollywood también han señalado cuestiones técnicas relacionadas con el doblaje, como la falta de actores de doblaje africanos. En este sentido, se están implementando lentamente una serie de iniciativas, incluyendo talleres de doblaje y cursos de formación en varios países subsaharianos y en Francia, donde la actriz estadounidense Whoopi Goldberg ayuda a formar a actores de doblaje africanos (NollywoodWeek Paris 2013b).

#### 4. CONCLUSIONES

Nollywood está conquistando, de forma bastante espontánea, nuevos mundos: desde Nigeria a los países vecinos y la diáspora subsahariana y desde esta hasta las audiencias internacionales. Lo hace sin imponer normas a nadie. Solo se expresa de una manera muy distintiva. Elige su propio modo de traducción para comunicarse a través de las culturas, respetando y preservando los idiomas locales. La traducción audiovisual, y específicamente la subtitulación (a pesar de requerir con urgencia estructuras y protocolos de formación académica y profesional locales), se utiliza para transmitir la historia y las historias de África. El mapa audiovisual de Nigeria y de la mayor parte del África subsahariana ha cambiado, y sigue modelándose, gracias a Nollywood.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Adesokan, Akin. 2004. «Loud in Lagos: Nollywood videos». *Wasafiri* 19:45–49.
- Antia, Basse. 1996. «Situation audiovisuelle dans un pays multilingue: le Nigéria». En *Le transferts linguistiques dans les médias audiovisuels*, ed. por Yves Gambier. 67–69. París: Presses Universitaires du Septentrion, 67–69.
- Barrot, Pierre. 2008a. «Selling like hot cake: Box office and statistics». En *Nollywood: The video phenomenon in Nigeria*, ed. por Pierre Barrot. Bloomington: Indiana University Press, 32–40.
- Barrot, Pierre. 2010. «Nollywood: How Nigeria produced ten thousand films in fifteen years». Institut National de l'Audiovisuel (France). <http://www.ina.global.fr/en/cinema/article/nollywood-how-nigeria-produced-ten-thousand-films-fifteen-years>. Fecha de acceso: 14 de abril de 2017.
- Delabastita, Dirk y Rainier. Grutman. 2005. «Fictional representations of multilingualism and translation». *Linguistica Antverpiensia* n.s., Themes in translation studies, 4:11–34.
- Esan, Oluyinka. 2008. «Appreciating Nollywood: Audiences and Nigerian films». *Participations* 5 (1). [http://www.participations.org/Volume%205/Issue%201%20-%20special/5\\_01\\_esan.htm](http://www.participations.org/Volume%205/Issue%201%20-%20special/5_01_esan.htm). Fecha de acceso: 5 de abril de 2017.
- Fuentes-Luque, Adrián. 2017. «Nollywood Stands Up: Mapping Nigeria's Audiovisual Sector». En *Translation Studies beyond the Postcolony*, ed. por Kobus Marais y Ilse Feinauer. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 130-153.
- Hamilton, Kunle y Yomi Daramola. 2012. *Nollywood and the challenge of movie subtitles*. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.
- Hoad, Phil. 2012. «Tanzania's VJs bring Hollywood to Africa». <http://www.theguardian.com/film/2012/jul/10/tanzania-vjs-hollywood-africa>. Fecha de acceso: 20 de mayo de 2017.
- Ibbi, Andrew Ali. 2014. «Subtitling in the Nigerian film industry, informative or misleading». *Cinema Journal* 4 (1): 48–61.

- Jedlowski, Alessandro. 2013. «From Nollywood to Nollywood: Processes of transnationalization in the Nigerian video film industry». En *Global Nollywood*, ed. por Matthias Krings y Onookome Okome. Bloomington: Indiana University Press, 25–45.
- News Agency of Nigeria (NAN). 2015. «Nigerian movies: Linguist expresses concern over poor subtitling». <http://nannewsnigeria.com/node/39143>. Fecha de acceso: 14 de mayo de 2017.
- NollywoodWeek Paris. 2013a. «Debate at NollywoodWeek Paris: Film export and translation; Professional encounter 5/7». <https://www.youtube.com/watch?v=i1AjBwHhFFQ>
- NollywoodWeek Paris. 2013b. «Debate at NollywoodWeek Paris: Film export and translation; Professional encounter (Eng.) 3/7». <https://www.youtube.com/watch?v=i49WXTp4fVY>. Fecha de acceso: 23 de marzo de 2017.
- Ugochukwu, Françoise. 2009. «The reception and impact of Nollywood in France: A preliminary survey». International symposium «Nollywood and beyond: Transnational dimensions of an African video industry», Universität Mainz, 13–16 mayo, 2009.
- Ugochukwu, Françoise. 2013. «Nollywood across languages». *Journal of Intercultural Communication* no. 33. <http://www.immi.se/intercultural/nr33/ugochukwu.html>. Fecha de acceso: 22 de febrero de 2017.
- UNESCO. 2009. «Nollywood rivals Bollywood in film/video production». [http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/nollywood\\_rivals\\_bollywood\\_in\\_filmvideo\\_production/#.VwfKd3qt8cN](http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/nollywood_rivals_bollywood_in_filmvideo_production/#.VwfKd3qt8cN). Fecha de acceso: 22 de febrero de 2017.
- Usman, Joshua y Aisha Abdulsalam. 2013. «Movie subtitling as technique for indigenous language teaching». *Journal of Business and Organizational Development* 1 (1): 8–14.