



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Relaciones Internacionales

Trabajo Fin de Grado

El papel del cine como
soft power en la
diplomacia
internacional

Estudiante: Jaime Pedruelo Alonso

Director: Ana María Ovejero Puente

Madrid. Abril de 2023

Índice

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO	4
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1 LOS CONCEPTOS DE SOFT POWER, DIPLOMACIA CULTURAL Y DIPLOMACIA PÚBLICA.....	6
2.2 LOS CASOS DE INDIA, NIGERIA Y CHINA.....	9
3. METODOLOGÍA	12
4. ANÁLISIS	14
4.1 EL CASO DE INDIA.....	14
4.1.1. BOLLYWOOD Y SU CRECIENTE INFLUENCIA GLOBAL	14
4.1.2. BOLLYWOOD COMO HERRAMIENTA DE <i>SOFT POWER</i>	18
4.1.3. EL IMPACTO DE BOLLYWOOD EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES DE INDIA	21
4.2 EL CASO DE NIGERIA.....	24
4.2.1. NOLLYWOOD Y SU EVOLUCIÓN COMO INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA	24
4.2.2. NOLLYWOOD COMO HERRAMIENTA DE SOFT POWER	26
4.2.3: NOLLYWOOD Y EL CASO “BLACK PANTHER”	28
4.3 EL CASO DE CHINA.....	30
4.3.1. LA INDUSTRIA CHINA Y SU POSICIÓN EN EL MERCADO GLOBAL.....	30
4.3.2. EL ROL DEL CINE EN LAS RELACIONES CHINA-ESTADOS UNIDOS.....	32
4.3.3. RETOS Y DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA CHINA COMO HERRAMIENTA DE SOFT POWER.....	34
5. CONCLUSIONES.....	36
6. BIBLIOGRAFÍA.....	39

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. MAYORES PRODUCTORES DE CINE NACIONAL EN 2017 (MERINO, 2019). 15

FIGURA 2. LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES ENTRE LOS AÑOS 2000 Y 2019 A LA INDIA. GRÁFICO DE ELABORACIÓN PROPIA BASADO EN DATOS DE (EXPANSIÓN, 2019). 19

FIGURA 3: NÚMERO DE PELÍCULAS PRODUCIDAS POR NOLLYWOOD DE 2017 A 2021. (ARMSTRONG, 2022).....25

Resumen

El siguiente trabajo académico tiene como objetivo analizar 3 de las industrias cinematográficas más importantes del panorama actual: Bollywood, Nollywood y el cine chino, conocido también como Chinawood, y su utilización como herramientas de diplomacia internacional. Frente a los instrumentos habituales de diplomacia utilizados por los gobiernos, estas formas de entretenimiento, como el cine, han demostrado ser potentes herramientas para desarrollar una diplomacia cultural que permita “el intercambio de ideas, información, arte, lenguaje y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus pueblos para fomentar el entendimiento mutuo» (Waller. 2009). Son claros ejemplos de *soft power*, que pueden ser usados para llevar a cabo diferentes acciones de política exterior, incluyendo la proyección de la imagen nacional en el extranjero, o el incremento de sus zonas de influencia. La industria cinematográfica no solo cumple una función meramente económica para los países, sino que puede influir en las relaciones internacionales de estos países con terceros, actuando como embajadora cultural.

Palabras clave: *soft power*, diplomacia cultural, diplomacia pública, Nollywood, Bollywood, Chinawood.

Abstract

The following academic paper aims to analyze three of the most important film industries in the current panorama: Bollywood, Nollywood and Chinese cinema, also known as Chinawood. In contrast to the traditional tools of diplomacy available to governments, these forms of entertainment such as the cinema have proven to be powerful instruments of cultural diplomacy and clear examples of soft power, which can be used by countries to carry out different foreign policy actions, including improving their image abroad, or increasing their spheres of influence. In the following pages we will see a brief contextualization of the three mentioned industries, their economic potential for the countries, and we will study if they influence in any way the international relations of these countries with third parties.

Keywords: *soft power*, cultural diplomacy, public diplomacy, Nollywood, Bollywood, Chinawood

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

El objetivo de este trabajo es analizar el rol que tiene la industria cinematográfica en las relaciones diplomáticas entre estados, así como su uso como herramienta de *soft power* y como instrumento de política exterior.

La elección de esta línea de investigación responde a la fascinación que siempre he sentido por el cine. Siempre me ha llamado la atención cómo uno puede “desaparecer” viendo una película y sumergirse en su narrativa, pudiendo apreciar las bondades de los diferentes géneros narrativos. Es un medio al través del cual los creadores pueden hacer llegar un mensaje a un público masivo, pudiendo coexistir películas de puro entretenimiento con otras de mayor carga social, en las que se expone, se denuncia o se analiza un problema de calado en una sociedad concreta. Creo interesante estudiar el papel del cine en la política exterior, ya que, aunque a priori no es uno de los mecanismos de política internacional más utilizados, su rol en las relaciones diplomáticas está de manera definitiva muy presente, especialmente, si tenemos en cuenta que mucha de la producción cinematográfica está subvencionada por los estados.

Las industrias culturales, la cultura en sí misma y la política han estado siempre íntimamente relacionadas a lo largo de la historia. Podemos ver ejemplos de esta relación desde la Antigua Grecia, o el Imperio Romano, donde el teatro era el lugar en el que se podían representar obras, directamente referidas a las grandes figuras políticas, a sus decisiones y a sus opiniones. El cine, desde su nacimiento en las primeras décadas del siglo XX, ha sido siempre utilizado por gobiernos y por diferentes grupos políticos y de interés, demostrando ser una potente herramienta de propaganda, capaz de transmitir y difundir pensamientos, ideas y valores, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él (Trenzado Romero, 2000).

En la historia reciente, son numerosos los ejemplos que podemos mencionar del uso del cine como herramienta política y de propaganda cultural. Por ejemplo, durante la Segunda Guerra Mundial, el cine fue una herramienta muy útil para acceder a las masas. Fue intensamente utilizado tanto por los aliados, como por los nazis (Cabanillas Díaz, 2021) para producir contenido con alta carga política, comunicando indirectamente sus ideologías a sus respectivos pueblos.

El uso del cine como herramienta política también ha ocupado un papel relevante en Hollywood, en la industria norteamericana, por ejemplo durante las décadas de los 70 y de los 80, en plena Guerra Fría, en las que tal y como explican autores como Julio Patricio Beltrán Tapia (2013), se utilizaba este medio para criticar duramente el comunismo soviético, defender los ideales de vida norteamericanos y ganar influencia en el mundo mediante la exhibición idealizada por el cine del modelo de vida americano, lo que era una parte fundamental de la agenda exterior de los Estados Unidos, especialmente a lo largo del siglo XX.

A lo largo de las siguientes páginas, nos centraremos en 3 industrias cinematográficas diferentes. Hablaremos de Bollywood (en la India), Nollywood (en Nigeria) y a la que, para mayor facilidad, denominaremos Chinawood (en China), las cuales representan los 3 mercados cinematográficos más importantes del panorama actual, a excepción del ya mencionado Hollywood (industria norteamericana).

Con este análisis, trataremos de dar respuesta a la pregunta de si el cine es una herramienta poderosa y útil de *soft power* en la diplomacia internacional, lo que constituye la hipótesis principal de esta investigación, y analizaremos además el tipo de herramientas que usan los estados en su desarrollo para controlarlo. Para ello observaremos las diferentes industrias, y trataremos de comprobar si han sido utilizadas como instrumento en las relaciones internacionales por parte de sus estados matriz. Valoraremos el impacto económico que tienen para los países implicados, y las políticas y medios utilizados por la política para servirse de ellas en las relaciones de política exterior. Por otro lado, buscaremos cómo influyen internacionalmente estas industrias en la percepción que tenemos sobre los estados en cuestión (India, China y Nigeria), y si esta percepción condiciona de alguna manera las relaciones diplomáticas internacionales de estos países con terceros.

2. MARCO TEÓRICO

Antes de empezar a hablar de los diferentes casos de estudio, conviene empezar el análisis introduciendo algunos conceptos esenciales para la investigación. Son nociones que se van a repetir a lo largo de las páginas siguientes, y que vamos a introducir a continuación:

2.1 Los conceptos de *soft power*, diplomacia cultural y diplomacia pública

El concepto de *soft power* es un término fundamental en la teoría de las relaciones internacionales moderna. Existen numerosas definiciones, pero quizás una de las más adecuadas y aplicable a nuestro objeto de estudio es la de “habilidad de conseguir que los demás hagan lo que tú quieres, sin recurrir a la fuerza” (Nye, *Hard power and soft power*, 2005). Esta definición se entiende mejor si se contrapone a la definición de *hard power*, el cual es definido como “la habilidad de conseguir que otros actúen en contra de sus preferencias y estrategias iniciales” (Wilson III, 2008) por imposición, o dicho de otra manera, conseguir que otros hagan lo que quieres, mediante el uso de la fuerza.

Nye empezó a utilizar este término en los años 80 y se puede resumir en el *soft power* es la capacidad de influenciar a los demás, mientras que el *hard power* se apoya en la coerción del otro. Es importante mencionar, que Nye ocupó el cargo de Secretario de Defensa durante la administración de Bill Clinton (años 90), un período en el que Estados Unidos buscaba ampliar su burbuja de influencia, lo que puede explicar que términos como *soft power* adquirieran un papel principal en la política exterior.

La idea de *hard power* está especialmente relacionada con las teorías del realismo (Wilson III, 2008). Defiende que el miedo es el arma más útil para conseguir que el “otro” haga lo que quieres. Hablando de estados, Wilson menciona la existencia de un gran arsenal militar, como un elemento fundamental de *hard power*. Frente a esta idea del realismo, la creencia en *soft power* como la herramienta de más utilidad, es la base de otras teorías de las relaciones internacionales como el neoliberalismo (Powell, 1994). Esta teoría defiende que, frente al uso del miedo y coerción como herramientas principales para garantizar el status quo que caracteriza al realismo, la cooperación entre estados es un elemento fundamental para reducir la tensión, la competición, y la posibilidad de conflicto. Es esta cooperación, la que genera la capacidad de influir en otros, de la manera en la que se considera más conveniente. Nye menciona también que el *soft power* es solo un elemento

de poder, y no es autosuficiente. Es la combinación de lo que se conoce como *soft power* y *hard power* (combinación a la que algunos autores, Nye incluido, se han referido como *smart power*), lo que tienen que buscar (principalmente) los estados a la hora de desarrollar su política exterior. (Nye, 2017). Los análisis sobre *hard power* y *soft power* son de gran interés para muchos estudiosos. Autores como Pinar Bilgin o Berivan Elis argumentan que el escenario de poder actual es muy complejo de analizar, abriendo la posibilidad de realizar estudios en tres dimensiones, frente a la mayoría de concepciones de poder actuales, definidas por estos autores como superficiales (Bilgin & Elis, 2008).

Nye menciona el papel de la cultura como un vehículo fundamental para que un actor (el cual puede ser un estado u otro actor relevante), pueda conseguir influenciar a otro (2005). Por lo tanto, atendiendo a la teoría, el cine, como forma de arte y de cultura, se puede asociar perfectamente a la definición de *soft power* y justifica nuestra hipótesis.

Además del concepto de *soft power*, conviene también introducir otros conceptos, intrínsecamente relacionados, los cuales también son fundamentales para el análisis posterior, pero que conviene introducir ahora: diplomacia cultural y diplomacia pública. Hay que entender que el concepto de diplomacia cultural engloba dos términos (diplomacia y cultura, que pueden ser definidos de numerosas formas, pero que no obstante cuentan con un significado ambiguo).

Quizá la mejor definición del concepto aplicable a nuestro estudio puede ser “la práctica diplomática de los gobiernos al servicio de los objetivos de política exterior a través de diversas manifestaciones culturales y educativas, apoyadas en principio por los gobiernos” (Rodríguez Barba, 2015). De esta definición se puede entender que todo aquel acto cultural que esté favorecido, protegido, amparado o sostenido por un gobierno puede responder a un acto de diplomacia cultural, si está puesto al servicio de la consecución de los objetivos políticos estratégicos del país en sus relaciones internacionales. Se pone de manifiesto la intrínseca relación que existe en las relaciones diplomáticas entre la utilización del *soft power* y la diplomacia cultural.

Entenderemos por diplomacia cultural el conjunto de estrategias y acciones que son ejecutadas por el Estado o sus representantes en el extranjero, a través de la cooperación en campos como la cultura, educación y ciencia, así como a través de la colaboración mutua y la organización de eventos culturales y exposiciones. Utilizamos este concepto partiendo

de una definición amplia de cultura que incluye varios aspectos como tradiciones, religión, literatura, educación, ciencia, arte, música, teatro, cine, deporte, de acuerdo con la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO del 2001, que considera que la cultura es *“el conjunto de características espirituales, materiales, intelectuales y emocionales propias de una sociedad o grupo social”*, y que *“abarca, además del arte y la literatura, los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”*.

El objetivo principal de la diplomacia cultural es llevar a cabo actuaciones y decisiones de política exterior, mediante la promoción de sus valores y cultura en el extranjero, con el fin de construir una imagen positiva del país, que genere entendimiento y lazos de confianza mutua. Una de las definiciones de diplomacia cultural más utilizada tanto en la doctrina internacionalista, formulada por Milton Cummings (2003), incide en este aspecto: la diplomacia cultura es *“el intercambio de ideas, información, arte y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus pueblos para fomentar el entendimiento mutuo”*. No solo se trata de una mera transmisión y difusión de la cultura y valores nacionales, sino que implica reciprocidad. Supone difundir para comprender las otras forma de vida y buscar un terreno común para compartir. La diplomacia cultural depende de la capacidad de generar diálogo intercultural y del respeto mutuo.

Muchos han sido los autores que han intentado sintetizar las características definatorias de la diplomacia cultural. El Departamento de Estado de Estados Unidos en 2005, enumeró algunas de ellas (U.S. DEPARTMENT OF STATE (Advisory Committee on Cultural Diplomacy), 2005):

- Ayudar a crear una “base de confianza” con otros pueblos
- Crear relaciones con otros pueblos que perduren más allá de los cambios en el Gobierno
- Permitir que el país llegue a miembros influyentes de sociedades extranjeras a los que no se puede acceder mediante las tradicionales ceremonias de embajada

La diplomacia cultural es un proceso que está pensado para el largo plazo, y se pretende que sus resultados perduren en el tiempo (Saddiki, 2009).

En resumen, la diplomacia cultural se distingue por los objetivos, actores y medios

que la llevan a cabo. (Saddiki, 2009), o dicho en pocas palabras, el papel que desempeñan los factores culturales en las relaciones internacionales.

Junto a los conceptos de *soft power* y *diplomacia cultural*, cuando hablamos de cine, también estamos hablando de diplomacia pública. El término diplomacia pública está intrínsecamente relacionado con el de diplomacia cultural, que podemos definir como una “forma particular de hacer política internacional apoyada en la difusión de información” (García de Alba, 2009). Con base en esta definición, podemos diferenciar la idea de diplomacia pública del concepto tradicional de diplomacia o diplomacia clásica. La segunda está orientada a las relaciones de los gobiernos y de las organizaciones (los sujetos de derecho internacional convencionales). La primera está orientada a la sociedad civil (García de Alba, 2009).

Tradicionalmente, se ha entendido como diplomacia pública al simple contacto entre un gobierno y la población de otro estado, lo cual se puede enmarcar perfectamente dentro de la definición compartida anteriormente. Este “contacto” se puede producir en las dos direcciones, es decir, desde un gobierno a un grupo de ciudadanos de un estado ajeno, o desde un grupo de ciudadanos de un estado hacia el gobierno de otro. Este contacto puede adoptar diferentes formas, siendo la promoción de una idea una de ellas (Cull, 2009).

Más allá de esta definición de diplomacia pública, los expertos reconocen la necesidad de hablar de una “nueva” diplomacia pública, pues consideran que el contexto actual, dominado por la globalización y la comunicación globalizada, requiere profundizar en las relaciones entre personas, entre sociedades, no entre gobiernos. El cambio de perspectiva en las relaciones internacionales afecta a la identificación de los actores implicados (cada vez menos estatales y más complejos), a los mecanismos empleados (el avance tecnológico es muy tenido en cuenta), o a la aparición de conceptos como el ya mencionado *soft power* (Cull, 2009). A pesar de estos cambios, el objetivo de la nueva diplomacia pública sigue siendo el mismo, es decir, influir en la gestión del entorno internacional, para favorecer los intereses propios y los intereses comunes.

Este nuevo paradigma que hemos denominado nueva diplomacia pública, es también aplicable al concepto de diplomacia cultural y a la idea del *soft power*, ya que durante mucho tiempo han sido los estados los principales actores, y el principal vehículo

de este tipo de diplomacia. Sin embargo, las nuevas tecnologías y el rol más importante que nunca de la comunicación hacen que otros instrumentos sean más tenidos en cuenta.

Como podemos ver, lo que entendemos como diplomacia pública o diplomacia cultural, no es necesariamente lo que entendemos como diplomacia clásica. Mientras que los gobiernos, destinan una parte muy importante de su agenda a desarrollar su política exterior (lo que podríamos entender como una parte de la herramienta clásica), la diplomacia pública es aquella desarrollada con y por otro tipo de actores y destinada a las sociedades civiles. *“Si bien la diplomacia pública se ocupa tanto de necesidades políticas a corto plazo como de intereses políticos a largo plazo, la diplomacia cultural pone el énfasis en el intercambio a largo plazo entre naciones”* (Shultz, 1997).

En esta línea, podemos incluir a la diplomacia cultural, como una parte de esta diplomacia pública, en la que el cine, como medio, se enmarca como un vehículo esencial para el desarrollo de sus fines (Cull, 2009). Por eso, la diplomacia cultural se considera un elemento clave de la diplomacia pública, y hace referencia a *“los programas gubernamentalmente patrocinados cuyo objetivo es informar o influir en la opinión pública de otros países; cuyos instrumentos principales son publicaciones, películas, intercambios culturales, la radio y la televisión”* (U.S. Department of State, 1987).

2.2 Los casos de India, Nigeria y China

El uso de la diplomacia pública y de la diplomacia cultural es una herramienta más o menos presente en la mayoría de los estados. Sin embargo, resultan especialmente interesantes estos tres países por diferentes motivos: En primer lugar, Bollywood representa la 2ª industria cinematográfica más importante del mundo, y la primera en volumen. Solo en un año es capaz de producir alrededor de 1000 largometrajes, reuniendo en las salas de cine a 400 millones de personas (cifra del año 2020, cuando el país se encontraba todavía muy afectado por la pandemia del COVID) (Orús, 2021). Más adelante exploraremos cómo el mercado cinematográfico indio es un ejemplo fundamental de diplomacia cultural y el rol tan importante que desempeña tanto dentro de sus fronteras, como fuera de ellas.

El caso de Nigeria es incluso más interesante. Es relativamente común encontrar trabajos académicos con el foco puesto en Hollywood o en Bollywood. Sin embargo, la

industria cinematográfica nigeriana ocupa un (sorprendente) segundo plano. Sorprendente, no solo porque es un mercado muy importante a pesar de que todavía no alcance las cifras de sus contrapartes indios o americanos, sino porque se trata del mayor exponente cultural del país, y tiene un rol fundamental para todo el continente africano. El espectacular crecimiento que se espera de esta industria en los próximos años debe ser objeto de análisis por la potencialidad como instrumento diplomático. Hay que estudiar el papel que tiene este cine africano en un estado que normalmente pasa relativamente desapercibido en el panorama internacional, por su capacidad de influencia en todo el continente africano, que también ha ocupado tradicionalmente un segundo plano en el escenario de las relaciones internacionales.

El último caso que comentaremos será el de la industria china. Quizá nos sorprenda a nadie decir que es el país que más entradas de cine vende anualmente (Barraclough, 2016), y cuyo crecimiento en los últimos años ha captado la atención de propios y extraños. Sin embargo, la razón por la que resulta especialmente interesante utilizar la industria china como fuente de análisis no es otro que reconocer el papel activo del gobierno en la aprobación de los contenidos que se producen y que pueden llegar al espectador y los que no. En otras palabras, en este caso, debemos tener en cuenta el impacto que tiene en esta industria la censura. El control gubernamental de la producción de películas chinas es una característica fundamental de esta industria cinematográfica. El gobierno chino ejerce una fuerte vigilancia y supervisión sobre los contenidos de las películas, para promover una imagen positiva del país y evitar cualquier forma de crítica hacia el gobierno o su política. Este tipo de censura afecta no sólo a las películas locales, sino que también afectan a las extranjeras que no cumplan con las normas del gobierno.

Además de la censura gubernamental, la industria cinematográfica china también se caracteriza por el proteccionismo local. El gobierno chino promueve activamente la producción de películas chinas para proteger su industria cinematográfica y para fomentar la creación de una identidad nacional.

Por lo tanto, es importante estudiar la industria cinematográfica china para entender cómo las políticas y la economía pueden afectar la producción de películas y la difusión de ideas. La censura gubernamental y el proteccionismo local son factores importantes en este territorio, y los efectos que esta herramienta de diplomacia cultural genera, resultan dignos de estudio.

Y aunque no constituya objeto principal de este trabajo no podemos olvidarnos del caso de Estados Unidos y Hollywood, porque constituye el referente de comparación. Se ha mencionado anteriormente que Hollywood es el mayor exponente cinematográfico del mundo (Icónica, 2020). A pesar de no producir tantos títulos como Bollywood, es innegable afirmar que hoy en día sigue siendo el ejemplo más reconocible de cine a nivel mundial, por capacidad de difusión, por calidad y por impacto en toda la industria cinematográfica mundial. Hollywood fue pionero en la producción cinematográfica y USA en la utilización del cine como instrumento de diplomacia cultural. Por mencionar algunos datos, Hollywood cuenta con las 66 películas más taquilleras de la historia hasta la fecha (Box Office Mojo, 2023), y dentro de las 125 películas con mayores ingresos, 122 son norteamericanas (este número no tiene en cuenta el ajuste por inflación ya que la gran mayoría de expertos no tienen en cuenta esta variable). Además, Estados Unidos y Canadá (en los cómputos de taquilla representan un único territorio) son consistentemente la taquilla más grande del mundo. La taquilla norteamericana en 2022 ingresó un total de 7360 millones de dólares (de Burzaco, 2023), lo que supone una tercera parte de la taquilla mundial, y muy por delante del segundo mercado más importante, China con 4330 millones, (España, por ejemplo ingresó 400 millones de dólares). Teniendo en cuenta que en 2022, la industria cinematográfica, al igual, que el resto se estaba recuperando de las consecuencias generadas por la pandemia del COVID, es especialmente notable el incremento de esta cifra de recaudación respecto a 2021, la cual se disparó hasta un 27%, lo que contrasta con la caída del 36% del mercado chino.

El caso de la taquilla es solo uno de los muchos indicadores que podemos usar a la hora de hablar de la fuerza y del impacto de Hollywood, tanto dentro de sus fronteras como fuera de ellas. Las principales licencias son reconocibles en cualquier parte del mundo y generan espectadores y fans (adhesiones) a nivel mundial, como ninguna otra industria lo hace. Franquicias como Harry Potter, Star Wars, Disney o el Universo Cinematográfico de Marvel, impactan e inspiran no solo a los ciudadanos americanos, sino a todos aquellos que tienen acceso a sus películas en cualquier parte del mundo. Y no solo son las películas, lo que es reconocido mundialmente. Tanto los actores, como los creativos, como los técnicos que trabajan detrás de las cámaras han sido tradicionalmente figuras cuyo impacto ha trascendido fronteras.

Es evidente que cuando hablamos de cine, como concepto, el primer pensamiento es inmediatamente Hollywood. Sin embargo, para este trabajo se ha decidido dejar esto de lado, en primer lugar, por la ya existente y extensa literatura sobre el tema, y por otro lado, para centrarse en los otros países introducidos anteriormente, por su mayor relevancia como caso de estudio actual o su espectacular crecimiento durante los últimos años entre otras razones. (Wagnleitner, 1992)

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo se han utilizado diferentes fuentes de información. En primer lugar, se ha hecho un uso extensivo de literatura especializada, la cual es la base de cada uno de los apartados de esta investigación. Esta literatura especializada está compuesta principalmente por extractos de libros y artículos académicos elaborados por académicos. La elección de estas fuentes de información responde a los objetivos de la investigación mencionados anteriormente y pretenden arrojar una conclusión objetiva. Para acceder a estas fuentes de información se han utilizado bases de datos digitales como Google Scholar, Dialnet o EBSCO. Además de los recursos digitales, se hará uso de documentos físicos obtenidos a través de préstamos bibliotecarios, a los que se ha podido acceder gracias a una investigación bibliográfica preliminar.

Por otro lado, debido a la naturaleza de las industrias que tratamos, es necesario no recurrir únicamente a textos académicos. Estamos tratando con industrias muy de cara al público, por lo que una gran cantidad de fuentes y datos serán extraídos de artículos no académicos, pero siempre buscando la mayor objetividad posible.

Como se ha mencionado en la introducción, uno de los objetivos de este trabajo pretende valorar el impacto económico que estas industrias tienen en los estados que son sujeto de análisis. Por lo tanto, será necesario también el uso de datos cuantitativos, fácilmente accesibles a través de internet, como por ejemplo datos de taquilla, volumen de producciones anuales, o impacto en redes sociales, que permitan medir determinadas variables económicas.

Las fuentes de información mencionadas anteriormente serán utilizadas para

analizar tres casos, India, Nigeria y China. Como se ha introducido en el apartado inicial, estas industrias representan los 3 mercados más importantes excluyendo al mercado americano. Además, como se analizará más adelante, los 3 están experimentando un auge espectacular durante los últimos años y sus respectivos impactos, tanto en los mercados domésticos, como internacionales es un tema de máxima actualidad, lo que permitirá un análisis muy actualizado. Por otro lado, aunque se pretende usar estos tres casos para responder a la misma hipótesis, es evidente mencionar que la naturaleza de cada uno es diferente, por lo que los datos arrojados por la investigación de cada uno de ellos serán diferentes. Esto es un resultado totalmente esperado, y con el que se pretende realizar un análisis comparativo que consiga dar las respuestas más acertadas a los objetivos y a las preguntas de investigación. El análisis de los 3 casos tendrá una primera parte común, en la que se introducirá a la industria con una breve explicación, mencionando sus aspectos más importantes así como su evolución histórica. Tras haber introducido esta primera parte, en cada uno de los casos, y estudiar la utilidad de estos como herramienta de soft power, en cada apartado nos centraremos en un aspecto concreto de cada industria, el cual será de la mayor relevancia para el objetivo del trabajo.

Para terminar, analizaremos los hallazgos obtenidos en cada uno de los casos, realizando el análisis comparativo ya citado, y sacaremos unas conclusiones definitivas al respecto.

4. ANÁLISIS

En este apartado procederemos al estudio de los tres casos introducidos en las secciones anteriores. Los diferentes análisis seguirán una estructura similar. En el primer subapartado, se procederá a introducir el contexto y el funcionamiento de la industria. Una vez se introducido, se procederá a explicar su respectivo uso como herramientas de soft power por parte de los respectivos gobiernos, usando la definición que se ha introducido en el apartado del marco teórico. Por último, se entrará a hablar de aspectos más concretos de las relaciones políticas de cada estado, y como han ido evolucionando a través del uso del cine.

4.1 EL CASO DE INDIA

4.1.1. Bollywood y su creciente influencia global

El nombre Bollywood nace de la combinación de las palabras Hollywood y la ciudad Bombay (Mumbai) (Lorenzen & Täube, 2008) y es comúnmente utilizado para referirse a la producción cinematográfica india. A pesar de que el nombre sugiere una íntima relación con Hollywood, lo cierto es que Bollywood ha crecido enormemente durante los últimos años, desarrollando una fuerte identidad de marca propia, y convirtiéndose en la industria cinematográfica más potente por número de producciones (2ª en taquilla por detrás de la norteamericana) (Icónica, 2020).

El cine de Bollywood difiere significativamente del cine comercial norteamericano (Ganti, 2011). Mientras que las películas de Hollywood, independientemente de su temática, se encuadran dentro de un solo género narrativo, el cine *hindi* que se caracteriza por mezclar diferentes géneros, como comedia, romance o acción en una misma película, combinando todo con números musicales.

Esta forma de hacer cine es muy característica del cine indio y de las tradiciones del teatro *parsi*, pues no solo se trata de la combinación de géneros, sino que también se combinan idiomas, apareciendo en un mismo largometraje fragmentos en inglés y en hindi entre otros (Ganti, 2011). De este modo el cine bollywoodiano refleja la identidad plural de la india y la tradición cultural, teatral y representativa de la india, donde lo importante no son los hechos sino los sentimientos, donde lo bueno y lo malo es una cuestión de azar y se ironiza, y donde se cuenta con un coro, encargado de comentar la acción, que interactúa sutilmente con la danza y el canto, y que apuntillan la interpretación de la realidad que se quiere transmitir (Macarro, 2014).

Las principales influencias del cine popular hindi, las cuales pueden hacer entender cómo funciona este medio, son mencionadas por autores como Wimal Dissanakaye (2004) siendo las principales:

- Hollywood (especialmente los musicales de 1920 a 1950)
- Teatro *parsi* (mezcla de realismo y fantasía, con elementos de música, baile

- y espectáculo)
- Teatro popular
 - Más recientemente, los canales de televisión occidentales como MTV, los cuales han influido en la forma en la que se ruedan las escenas de baile, desde el diseño de las mismas, hasta los ángulos de cámara utilizados

El inicio de Bollywood lo podemos situar en la década de los 1910, con la producción de los primeros largometrajes mudos (Karan & Schaefer, 2020). Durante la década de los 1930, se introdujeron las primeras películas sonoras lo que hizo que la industria creciera rápidamente. Podemos decir que, en la década de 1940, Bollywood ya era una industria consolidada en todo el territorio indio, y para 1950, ya era la principal industria cinematográfica del país (Mehta, Indian Cinema against the Currents of History, 2020). Es importante mencionar que India se independiza en 1947, lo que crea una profunda serie de cambios en el país, que también se reflejan en el cine. Durante las décadas de los 50 y de los 60, la principal evolución del cine *hindi*, se centró en su temática, pasando a tratar temas sociales como la lucha de clases y la complicada realidad a la que se enfrentaba el país tras la independencia (Moti Gokulsing, Golusking, & Dissanayake, 2004). En el año 1971, la producción cinematográfica en volumen sobrepasó a la norteamericana por primera vez. Actualmente, Bollywood produce anualmente más de 1000 largometrajes, siendo el 6º territorio con mayores ingresos de taquilla en todo el mundo (Orús, 2021).

Mayores productores de cine nacional

Número de largometrajes producidos en 2017



Figura 1. Mayores productores de cine nacional en 2017 (Merino, 2019).

Fue en la década de los 90, cuando Bollywood empezó a mirar al resto del mundo a la hora de realizar sus películas (González Grandía, 2022). Hasta ese momento, las producciones de Bollywood estaban pensadas casi únicamente para el público local, y no se pensaba en que este tipo de cine podía ser atractivo en el extranjero (Mehta, 2010). La década de los 90 por lo tanto dio comienzo a una nueva era de Bollywood que paso a ser conocida como “Nuevo Bollywood”, muy asociado a la liberación económica y al crecimiento que estaba experimentando el país. Dentro de esta nueva etapa, resulta llamativo mencionar películas como *Dilwale Dulhania Le Jayenge*, la cual se mantuvo en cines desde su estreno en 1995 ininterrumpidamente durante 1270 semanas (hasta que la pandemia obligó a pausar temporalmente su proyección), y demostró que las películas indias podían ser exitosas no solo dentro del territorio nacional, sino también fuera de sus fronteras (González Grandía, 2022).

Esta tendencia fue continuada durante la década de los 2000, en la que las películas comenzaron a tener una producción más sofisticada, con presupuestos mayores y escenas de acción más elaboradas. También se introdujeron nuevas temáticas como el terrorismo y la globalización. Fue ya en esta época cuando Bollywood empezó a tener un mayor reconocimiento a nivel internacional, convirtiéndose en un fenómeno global (Bhattacharya & Mukherjee, 2019). En la década de 2010, la industria cinematográfica de Bollywood siguió creciendo. Se introdujo una nueva forma de contar historias y las películas comenzaron a prestar más atención a la realidad social de la India. Las películas de Bollywood también comenzaron a tocar temas tabúes como la homosexualidad y el racismo. Algunas de las películas más exitosas de esa época fueron '*Bajirao Mastani*' (2015) y '*Dangal*' (2016). (Sen, 2013).

En los últimos años el cine de Bollywood se ha vuelto más complejo, con enormes presupuestos y una producción repartida por todo el mundo. Las nuevas oportunidades también abren la puerta a nuevos actores y directores, y la popularidad y el éxito de la industria continúan creciendo (Gokulsing & Dissanakaye, 2012).

Es por lo tanto en los últimos 30 años cuando podemos empezar a hablar de Bollywood como un fenómeno global. Esto ha sido posible entre otras razones por el gran

número de inmigrantes indios en todo el mundo, que, deseosos de promocionar su cultura, hacen que una industria que antes era local ahora sea completamente internacional (Gokulsing & Dissanakaye, 2012).

Uno de los datos que podemos usar para ver este creciente impacto internacional es el de la taquilla de los títulos de Bollywood en el extranjero. Atendiendo a datos de medios especializados como Box Office Mojo, o Box Office India, podemos ver que las 10 películas de Bollywood más taquilleras de todos los tiempos corresponden a los últimos 6 años (teniendo en cuenta que durante la mayor parte de 2020 y 2021 la pandemia casi no permitía el estreno de nuevos títulos). Películas como Dangal (2016), Secret Superstar (2017) o Bajrangi Bhaijaan (2015) ocupan los primeros puestos de estas listas, con datos de taquilla solo alcanzables por una industria como la de Bollywood (Box Office Mojo, 2023) (Box Office India, 2023)

También es significativo mencionar la importancia que las plataformas de streaming como Netflix o Amazon Prime a la hora de promocionar Bollywood en el extranjero. Estas aplicaciones se encuentran disponibles en la mayor parte de países del mundo que cuentan con un acceso casi sin restricciones a internet, lo que permite un fácil acceso a este cine a un público que antes era totalmente ajeno, aumentando la popularidad global e incrementando exponencialmente el número de espectadores globales (Kavoori & Punathambekar, 2008). Más adelante, comentaremos ejemplos concretos de países o regiones en las que el impacto de Bollywood, tanto en la sociedad, como en las relaciones entre estados es bastante reconocible.

4.1.2. Bollywood como herramienta de *soft power*

Como se ha introducido en las primeras páginas de esta investigación, se puede afirmar que el cine puede actuar como una potente herramienta de *soft power* para los gobiernos, si se dan determinadas condiciones. A fecha de 2023, la India ocupa el puesto 28 en el Global Soft Power Index, subiendo un puesto respecto al año anterior (Brand Finance, 2023), quizá por el éxito que la propuesta india tiene en la cultura pop occidental, incluyendo la música, el cine y la televisión. Para algunos autores la cultura Pop es una de las formas más efectivas de *soft power* (Kantha, 2013), por lo que se habría producido un círculo virtuoso de influencia mutua que ha permitido la extensión del cine indio en los países occidentales. Teniendo esto claro, se puede afirmar que Bollywood es un ejemplo

muy importante del potencial de recursos de *soft power* que tiene la India. Se puede observar el impacto de Bollywood de diferentes formas.

Desde un punto de vista, quizá más superficial, y relacionado con esto se puede mencionar la importancia de la música y de los números de baile introducidos en sus películas como herramientas utilizadas para cambiar la percepción de la India (Gopal & Singh, 2012). India solía ser vista internacionalmente como un territorio severamente empobrecido y subdesarrollado, mientras que actualmente y gracias a la contribución de Bollywood, comienza a ser percibido como un lugar vibrante y rico culturalmente, promoviendo una imagen positiva del país. Los espectaculares números musicales, en parte apoyados por los fuertes presupuestos de los blockbusters actuales, junto a las mencionadas novedosas técnicas de grabación, y en últimos años, la introducción de la tecnología CGI (muy utilizada en Hollywood) contribuyen a crear esta imagen de un territorio luminoso y fascinante (Gopal & Singh, 2012), opuesto a aquella visión tradicional relacionada con la pobreza y la suciedad. En este caso, no se trata de un mensaje directo a través del contenido, sino indirecto a través de la forma de expresión de ese contenido lo que está teniendo más éxito.

Se ha mencionado también en el punto anterior, la importancia de los temas tratados en las producciones de Bollywood. La gran mayoría de ellas tocan temas universales, con los que ciudadanos de distintas partes del mundo se pueden sentir identificados. Igual que Hollywood utiliza sus películas para promocionar los ideales americanos, Bollywood es una herramienta extremadamente útil para difundir la cultura y los valores indios por todo el mundo (Schulze, 2018). Muy en la línea de esto último, Bollywood también sirve como un tipo de vehículo educativo, pues puede ser usado para ayudar a comprender la diversidad cultural que caracteriza la India gracias al variado elenco con el que normalmente cuentan las películas (Schulze, 2018).

Como se ha mencionado en la introducción, uno de los objetivos de este trabajo es ver el impacto económico que tienen estas industrias en sus respectivos países. Podemos afirmar que Bollywood ha impactado significativamente en la economía de la India, siendo un promotor fundamental de sectores como el turismo (Saari, 2011), el cual, como

podemos ver en el gráfico siguiente, ha crecido durante los últimos años de una forma constante. Esta industria tiene un valor estimado en 2100 millones de dólares, lo que la sitúa como una de las más poderosas del mundo, y reportando numerosos ingresos a través de la exportación de películas o gracias a la venta de los derechos de autor. Además, da trabajo a más de 7 millones de personas al año, para ocupar todos los roles necesarios durante un rodaje, teniendo un impacto muy positivo en los grandes indicadores macroeconómicos del país, como el PIB (Saari, 2011).

La imagen del país que se promociona en las películas invita a ciudadanos de todo el mundo a visitar los escenarios de las películas, y a conocer su cultura, por lo que el cine hindi supone un impulso económico considerable. Esta promoción también ha sido (y sigue siendo) objeto de críticas por parte de algunos sectores que consideran que Bollywood es utilizado por el gobierno indio para promover una imagen estereotipada del país, poniendo en el foco de atención a determinados grupos y comunidades. Este es un asunto de vital importancia, que debe ser analizado para que no se adopten percepciones ofensivas sobre estos determinados grupos, pero que refleja claramente el éxito del cine como instrumento de política cultural exterior.

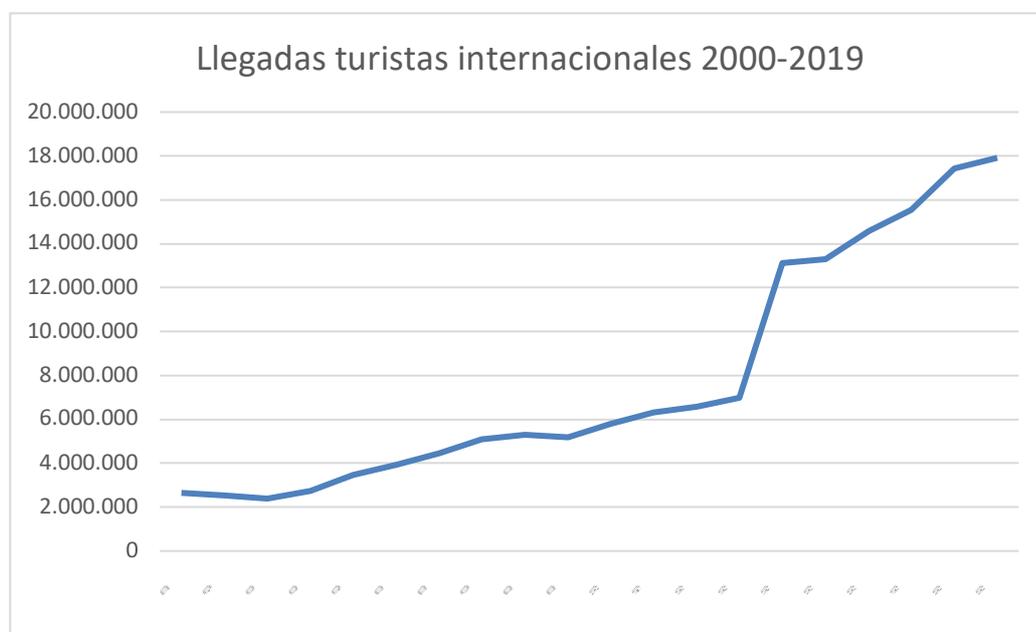


Figura 2. Llegada de turistas internacionales entre los años 2000 y 2019 a la India. Gráfico de elaboración propia basado en datos de (Expansión, 2019).

Por otro lado, también podemos hablar del rol de Bollywood como agente de *soft power* por su papel en la política exterior de la India, influyendo en las relaciones diplomáticas con otros países, algunas de las cuales, comentaremos más adelante.

El gobierno indio ha llevado a cabo campañas como la llamada “Brand India”, con el objetivo de promover la imagen de India en el extranjero. (The Hindu, 2022). Este proyecto utilizaba la marca ya establecida de Bollywood, más allá de las fronteras indias, e imágenes de diferentes películas para promocionar el país, exhibiendo entre otras cosas la diversidad cultural, y la capacidad industrial y tecnológica para producir películas de alta calidad como elementos claves en la imagen de modernidad que se quería proyectar al exterior. Otros proyectos como “CineBharat”, lanzado en 2020 para facilitar la comercialización de las películas de Bollywood en todo el mundo y promover la cultura india son también claros ejemplos de cómo el gobierno indio ha utilizado el cine para cumplir objetivos de diplomacia pública y mejorar la imagen del país en el exterior, como objetivo.

La cultura y el imaginario creado por Bollywood ha sido también utilizado como instrumento de diplomacia cultural, en numerosas ocasiones, por el gobierno de Narendra Modi como elemento identitario y definitorio del país. Un ejemplo de esto es lo ocurrido en 2018 cuando Emmanuel Macron, presidente francés, hizo una visita a la India. Durante la cena entre ambos mandatarios se representó una actuación propia de una película de Bollywood, como si se tratase de un baile regional típico de la india, con el objetivo de mostrar la nueva y moderna cultura india, al mismo tiempo que se estrechaban los lazos entre ambos estados (Taneja A. , 2013). Siguiendo esta línea, también podemos mencionar la organización del primer Festival de Cine de la India en China, en 2015, el cual pretendía utilizar la industria cinematográfica de Bollywood para promocionar la cultura india. Para este Festival, se proyectaron una selección de películas de Bollywood en diferentes ciudades chinas, con un gran éxito en las salas, y contribuyendo a mejorar la imagen de la India en China (Ghosh, 2015).

En definitiva, los datos apoyan la hipótesis de que la industria cinematográfica india es, y seguirá siendo una herramienta importante de *soft power* para el gobierno indio, y el ejercicio de su política exterior. El uso de la diplomacia cultural ha demostrado ser un éxito a la hora de promocionar los valores y los ideales indios en otros países, y Bollywood continúa siendo la principal “herramienta” para llevar a cabo esta promoción, actuando también como un informador para el extranjero. Además, los datos demuestran que Bollywood ha contribuido al desarrollo económico de la India, generando un flujo constante de ingresos, y captando un mayor nivel de atención hacia el país y sus tradiciones.

No obstante, se debe tener cuidado con la representación de ciertos grupos o comunidades, las cuales pueden ser interpretados como ofensivas, e indirectamente pueden contribuir a que se perpetúen estereotipos negativos e insultantes.

4.1.3. El impacto de Bollywood en las relaciones internacionales de India con Rusia y China

Como se ha comentado antes, el impacto de Bollywood en las relaciones internacionales de India con otros países es considerable. Esta industria ha demostrado ser un éxito a la hora de promocionar la cultura india, transmitiendo también una imagen más positiva en el extranjero. Además del impacto económico y cultural que se ha comentado en el apartado anterior, el uso de Bollywood ha repercutido en la relación de la India con terceros países. Este impacto se puede reconocer en países como Rusia, China o en el continente africano (Taneja & Gupta, 2007).

En el caso de Rusia, el impacto de Bollywood se puede remontar a la época soviética, cuando ya se proyectaban películas, las cuales eran más populares entre la población, mucho más que las producciones de Hollywood (Kudriavtseva, 2017). Si bien este nivel de popularidad disminuyó durante los 90 y los 2000, ciertos eventos recientes como la Semana de la India de 2018 (muy similar al Festival organizado en China comentado anteriormente), ha contribuido al resurgimiento del interés en este fenómeno (Kudriavtseva, 2017).

Más allá de este impacto cultural o económico y de las campañas para promocionar el turismo entre ambas regiones, Bollywood ha contribuido a estrechar los lazos entre estos países para fortalecer su asociación estratégica a través del conocimiento mutuo de sus

sociedades. Fruto de esta relación son los acuerdos de cooperación en sectores como defensa, tecnología o energía, consecuencia de un fortalecimiento de las relaciones políticas entre ambos países . Solo en el sector de defensa, se han firmado más de 20 acuerdos diferentes a lo largo de los últimos 10 años. En cuanto al sector de la energía, destaca la participación de empresas rusas como Gazprom en proyectos energéticos en la India. Por último, en el sector tecnológico, es especialmente relevante la colaboración en materia de exploración espacial (Embassy of India, Moscow, 2023)

También se han producido importantes acuerdos entre las industrias cinematográficas de ambos estados. En este aspecto, cabe destacar el acuerdo de coproducción cinematográfica de 2017, con el objetivo de promover la cultura y el patrimonio de ambos países, que ha dado lugar a títulos como “Pashmina” (2019) con gran éxito de taquilla (Singh, 2019).

En definitiva, la influencia de Bollywood en las relaciones internacionales entre la India y Rusia ha sido significativa, afectando a sus relaciones políticas y económicas. Este acercamiento político, responde, entre otras cosas, al interés de India en los BRICS y en el nuevo orden mundial que se está creando, y en el que Europa ya no es el referente. Recordemos, que cuando hablamos de diplomacia cultural, hablamos del uso de instrumentos de *soft power* (en el caso de esta investigación, del cine) para alcanzar los objetivos estratégicos. El crecimiento económico del último siglo, quizá solo comparable al de China, hace que la India busque socios estratégicos sólidos para consolidar su nuevo rol en la escena internacional. Teniendo esta premisa clara, es lógico pensar en el interés que un actor como Rusia puede despertar en los gobernantes indios, viendo en este estado, y en instituciones como los BRICS, adaptarse a los nuevos compromisos del cambiante siglo XXI, al mismo tiempo que proyectan sus intereses políticos y económicos internacionalmente (Parada, 2013).

Por otro lado, China también se ha visto fuertemente influida por Bollywood, siendo este un elemento fundamental en las relaciones internacionales entre ambos estados. Es importante mencionar que, frente al caso de Rusia, las relaciones entre India y China ha sido tradicionalmente tensas debido a diferentes disputas fronterizas (Rong, 2018). Durante los últimos años, la relación entre ambos estados es particularmente complicada, en especial por la disputa sobre la región de Ladakh, que ha resultado en enfrentamientos militares entre ambos países. Además, es ampliamente conocido que la iniciativa china

“*One Belt One Road*” es causa de preocupación para el gobierno indio, debido a la posible pérdida de una zona de influencia en la región .

Sabiendo esto, instrumentos de *soft power*, pueden resultar especialmente útiles para suavizar las tensiones entre ambos países y aumentar el dialogo. Por un lado, el elemento cultural del cine puede ayudar a mejorar la percepción de India en China, contribuyendo a un mayor entendimiento entre ambos estados (Rong, 2018). En este sentido, se pueden mencionar varios factores que contribuyen a la creciente popularidad de Bollywood en China. La mayoría de los expertos mencionan el importante rol de la clase media china, la cual cada vez está más interesada en la cultura india sobre la que han aprendido gracias a Bollywood, y que se ha traducido en un aumento en la demanda de películas. Películas como “3 Idiots” , “PK” o “Dangal” han sido éxitos de taquilla masivos en China, por lo que, con las restricciones existentes al cine extranjero, resulta evidente la importancia de Bollywood, y de otros instrumentos de diplomacia cultural a la hora de mejorar las relaciones entre ambos estados (Bajpai, 2019). A pesar de la situación tensa entre ambos estados, el éxito del cine hindi en territorio chino ha llevado a que compañías cinematográficas indias firmen acuerdos con compañías chinas para expandirse en este mercado mediante la coproducción de películas. Un ejemplo de estos acuerdos es la película “Baahubali 2”, la cual fue estrenada en China con un gran resultado de taquilla.

En definitiva, Bollywood ha contribuido a suavizar las tensiones entre India y China, teniendo un impacto especialmente significado en el ámbito cultural y de la diplomacia pública. Este instrumento de *soft power* ha demostrado ser muy efectivo a la hora de promover una mayor comprensión entre ambos pueblos. No obstante, en el futuro, estos esfuerzos, deben ir acompañados de una cooperación más activa entre los gobiernos para abordar de una manera definitiva los desafíos políticos y territoriales que afrontan ambas regiones.

Por otro lado, el impacto de Bollywood en otras regiones del mundo, no se reduce exclusivamente a China y Rusia. El impacto de Bollywood en las relaciones internacionales de India con el continente africano ha sido también bastante significativo, cultural y comercialmente hablando, y refleja la inversión en diplomacia cultural que India esta desarrollando para cumplir con sus objetivos estratégicos y su reposicionamiento como potencia emergente, en el mundo actual.

Es importante mencionar que, desde su independencia en 1947, India ha sido un socio muy importante para los países africanos en sus luchas por la independencia y en su búsqueda de desarrollo económico. El siglo XXI, ha sido testigo de un aumento en la cooperación entre ambos actores, con India estando muy presente diplomáticamente en el continente africano (Bhatia, 2011).

Teniendo esto en cuenta, el uso del *soft power*, ha sido también un vehículo importante para el establecimiento de relaciones entre India y África. Desde los años 50, las películas de Bollywood han sido muy populares en África, especialmente en países como Tanzania, Kenia o Sudáfrica. Un ejemplo de la cooperación entre ambas regiones es la creación en 2016, del primer Festival de Cine de Bollywood en Sudáfrica, que sirvió para promover la cooperación y para estrechar lazos culturales entre las dos regiones (Kumar, 2019). Quizá, Sudáfrica es uno de los países más interesantes a la hora de hablar de relaciones internacionales entre ambas regiones. La influencia de Bollywood ha sido tan importante, que la combinación de esta música, con la música local ha creado un nuevo género musical, muy popular, conocido como “Bollywoom” (Kumar, 2019).

También hay que hablar del impacto de esta industria en Nigeria y en Nollywood, de la cual hablaremos en profundidad en el siguiente capítulo. Esta influencia se ha producido entre otras cosas gracias a festivales como el que en 2010 organizó el gobierno de la India, en la que 14 países africanos fueron invitados, y en el que los cineastas de varios países pudieron conocer a sus homólogos indios y ser inspirados (Onanuga, 2010). Sabiendo la importancia de la cooperación entre la India y África, el poder del *soft power* indio en esta región, es muy probable que la colaboración entre ambos actores siga creciendo en el corto plazo. En este sentido, podemos afirmar que Bollywood seguirá ocupando un papel central en estos procesos de integración, siendo un elemento de diplomacia cultural fundamental, y que se complementa sin ningún problema, con los instrumentos y las prácticas que tradicionalmente asociamos a la diplomacia tradicional, y que son más responsabilidad de los estados.

4.2 EL CASO DE NIGERIA

Cuando pensamos en cine extranjero, eliminando Hollywood, lo más probable es que solo pensemos en el ya analizado Bollywood. No obstante, una industria muy llamativa y de rigurosa actualidad es la conocida como Nollywood, o cine nigeriano, el cual está acaparando titulares los últimos años, y resulta interesante para analizar en esta

investigación.

4.2.1. Nollywood y su evolución como industria cinematográfica

La importancia de Nollywood para Nigeria y para África en su conjunto es reconocida cada vez por más autores (Kude, 2019). A pesar de no ser ni mucho menos una industria tan longeva como Hollywood o Bollywood (podemos hablar de los años 90 del siglo pasado como el inicio de Nollywood), su espectacular desarrollo en su corto periodo de vida ya hace que hablemos de ella como una de las más punteras del panorama actual.

Actualmente la producción anual de largometrajes se sitúa alrededor de los 2000 títulos anuales, muy por delante de los 1000 producidos en la India y multiplicando los que se producen en Hollywood (alrededor de 600) (Rodríguez Martelo, 2021), lo que da idea de la dimensión de su crecimiento y de su éxito comercial.

Una de las razones que explican la rápida consolidación de Nollywood dentro del público nigeriano y africano es la temática de sus películas. En la década de los 90 trataban problemas regionales como la corrupción política, la violencia o la discriminación (Ogunleye, 2014). Actualmente, siguen siendo un vehículo de reivindicación social en países muy jóvenes que aun están consolidando sus sistemas participativos de gobierno.

En estos inicios, ante el pobre acceso a la tecnología, los productores locales realizaban estas películas utilizando tecnología de video y distribuyéndolas en cassettes (Rodríguez Martelo, 2021). En estos primeros años, la actividad cinematográfica estaba abierta para cualquiera. La tecnología utilizada era bastante precaria por lo que la inversión inicial no era muy importante. Podían ser producidas por pequeñas empresas familiares o cineastas independientes sin muchos recursos. Esto es lo que dota a la industria de una gran independencia del poder político y de su característico modelo reivindicativo.

Como se ha mencionado antes, es en la década de los 90, cuando la industria nigeriana empieza a crecer. Las películas pasaron a tratar temas más de entretenimiento y empezaron a atraer la atención internacional, lo que dio nacimiento al nombre de Nollywood (Onuzulike, 2017). Con el tiempo, y ante la demanda de producciones más sofisticadas, la industria empezó a diversificarse temáticamente hablando y se profesionalizó (en sus orígenes la mayoría de los equipos involucrados en la producción de las películas no eran profesionales del sector) atrayendo a un público más amplio y también

más internacional.

A esta expansión, contribuye decisivamente, entre otros factores, la presencia de Bollywood (Onanuga, 2010) en las salas de proyección de la región, cuya influencia se puede apreciar en el cine actual. Actualmente, es considerada la segunda industria cinematográfica más grande del mundo (detrás de Bollywood) y su impacto se extiende más allá de las fronteras nigerianas.

No obstante, este rápido crecimiento no significa que no existan importantes retos a los que Nollywood todavía no ha sabido como hacer frente. Por un lado, el problema de la piratería, el cual afecta a este tipo de industrias gravemente, es un tema particularmente sensible para Nollywood, dañando considerablemente la forma en la que se comercializan las películas, lo que se traduce en pérdidas económicas para los productores. Y es que la economía es quizás la mayor amenaza a la que se tiene que enfrentar Nollywood. A pesar de que actualmente el sector se ha profesionalizado considerablemente existe una falta de recursos técnicos y de financiación que amenazan la supervivencia de la industria como conjunto (Obiaya, 2018). No obstante, los avances tecnológicos que llegan a la región, o la introducción de las redes sociales entre otras cosas han abierto nuevas oportunidades para el crecimiento del sector, que cuenta con el apoyo del gobierno haciendo que el futuro esté lleno de optimismo. Para esto, basta simplemente con mirar a los datos económicos de la industria. En 2006, estaba valorada en aproximadamente 170 millones de dólares. En 2016, esa cifra se situaba en los 660 millones. Actualmente, ya estamos hablando de cifras por encima de los mil millones, que si bien está todavía lejos de Bollywood o Nollywood, habla muy favorablemente del futuro de este cine (Okolo, 2020).

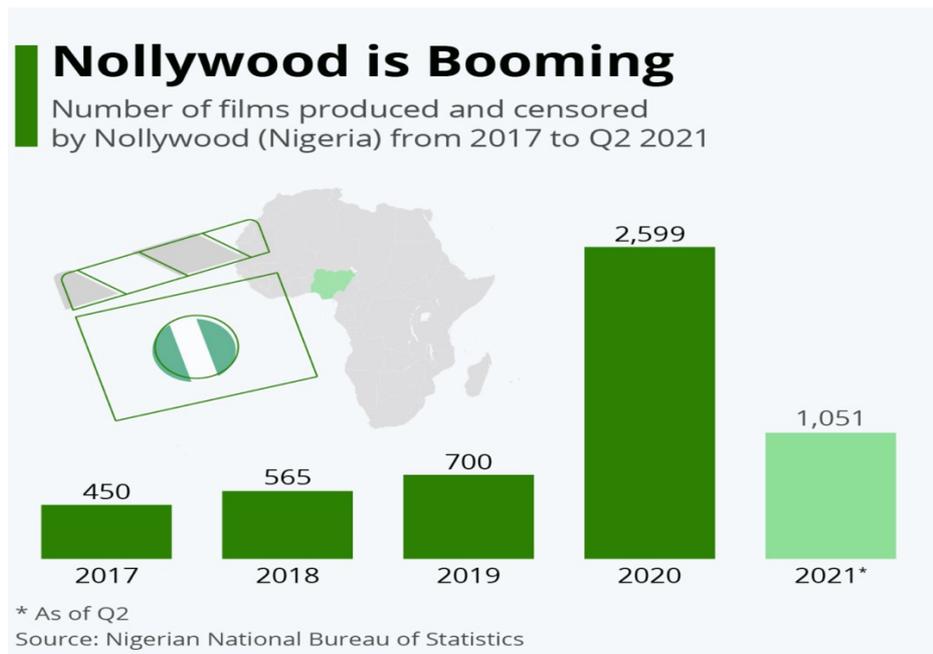


Figura 3: Número de películas producidas por Nollywood de 2017 a 2021. (Armstrong, 2022)

Hablando de Nollywood y economía, podemos afirmar que Nollywood tiene un fuerte impacto en la economía nigeriana. La industria da trabajo aproximadamente a personas, y representa el 2,3% del PIB del país, cifra que se espera sea incluso mayor en los próximos años (This Day, 2022). Además, Nollywood es actualmente la segunda mayor industria cinematográfica del planeta con un valor que se situó en 2021 en los 6400 millones de dólares. Según informa la consultora PwC, este sector es una de las prioridades del gobierno federal de Nigeria (2017), con ingresos de exportaciones que superaron en 2020 los 1000 millones de dólares. En un país en el que la economía está principalmente basada en la agricultura el rol de esta industria es fundamental. Según el Banco Africano de Desarrollo, se espera que la economía nigeriana crezca un 7% este año, siendo Nollywood uno de los principales motores detrás de este crecimiento (Team, 2023). En cuanto a la participación estatal, el gobierno del Presidente Goodluck Jonathan, en 2011 se estableció un fondo de 200 millones de dólares para el impulso de la industria tanto en materia creativa como en su distribución regional e internacional. Además de este programa, en 2013 se aprobó la creación del proyecto ACTNollywood, dotado con 17 millones de dólares, que buscaba lograr las competencias necesarias para mejorar la calidad de las producciones. Además del interés del gobierno central, se han aprobado diferentes proyectos estatales que reflejan el interés del estado en la industria (Oyewole, 2014).

4.2.2. Nollywood como herramienta de *soft power*

Al igual que pasa con Bollywood, la industria cinematográfica nigeriana se ha convertido en una de las mayores (quizás ahora mismo la mayor) exportaciones culturales del país, y una potente herramienta de *soft power* utilizada para mejorar la imagen internacional y promover su cultura (Effiong, 2017) por parte del estado.

Como se ha mencionado en el apartado anterior, las películas de Nollywood conectaron muy fácilmente con la ciudadanía nigeriana desde los primeros años ya que trataban temas muy cotidianos y los productores vieron desde el principio como la demanda de estos filmes aumentaba ante la falta de acceso a otro tipo de entretenimiento y de ejercicio social de reivindicación. Effiong argumenta que este cine ya no es únicamente popular en Nigeria, ya que incluso en Estados Unidos existe actualmente un público demandante de estas películas, llegado de la mano del gran número de inmigrantes nigerianos presentes en tierras americanas (2017).

Cuando hablamos de Nollywood, tenemos que hablar de diplomacia cultural, porque gran parte de la estrategia de política exterior de Nigeria pasa por la explotación de Nollywood (Adefila & Egunjobi, 2016). Los gobiernos nigerianos han utilizado sistemáticamente en las últimas décadas las películas de Nollywood de manera ininterrumpida para promover la cultura nigeriana en el extranjero, con el claro objetivo de atraer el turismo. Un ejemplo del uso por parte del gobierno de Nollywood es la organización en 2013 de una muestra de películas en el Festival de Cine de Cannes (uno de los festivales más importantes a nivel mundial, con una audiencia que incluye representantes de todos los rincones del mundo) para promover la inversión extranjera en Nigeria. La campaña fue considerada un éxito y se convirtió en un modelo a seguir en años siguientes (Yakubu & Kolo, 2019).

Además del fuerte impacto económico que tiene Nollywood para la economía nigeriana, lo cierto es que también es un contribuidor fundamental a la creación de una identidad panafricana, un concepto que se refiere a la idea de una identidad común y de unidad entre los pueblos africanos. Por eso, muchos de los títulos de Nollywood cuentan con actores de otros países africanos, y los temas que tratan son relevantes para toda la región. Esto ha contribuido a estrechar lazos entre Nigeria y otros países africanos, lo que ha contribuido a promocionar una identidad africana común.

Temas como la pobreza, la corrupción y la discriminación son comunes a lo largo del continente. Además, los personajes representan una amplia gama de identidades africanas, pudiendo encontrar hombres y mujeres de negocios exitosos, y agricultores y pescadores pobres, los cuales deben trabajar juntos para superar los desafíos a los que se enfrentan (Ekeanyanwu, 2016).

Además, como se ha dicho antes, una de las influencias más importantes en el cine nigeriano es Bollywood. Esta influencia se puede ver, entre otras cosas, en la introducción de música, baile y moda tradicional, lo que contribuye a la promoción de la cultura africana en todo el mundo (Adejumo & Olumide, 2020)

La promoción de esta identidad africana no se ha quedado únicamente dentro de las fronteras del continente. El CEO del FGMB, el Dr Young-Tobi Ekechi, argumenta que, aunque la industria va a seguir creciendo e internacionalizarse incluso más en los próximos años, el alcance ya es mundial. Para ello pone el ejemplo de títulos de Hollywood como “Black Panther” (2018), y su secuela “Black Panther: Wakanda Forever” (2022), pertenecientes a la franquicia más rentable de toda la industria norteamericana (el Universo Cinematográfico de Marvel), en la que el personaje titular es un rey de una nación africana y en la que se promocionan muchas culturas y tradiciones de la región (AriseNews, 2022). Cabe mencionar que, según datos de Box Office Mojo, el principal portal de información de taquilla, la recaudación de estas dos películas asciende a los 2000 millones de dólares, lo que demuestra el interés global sobre la cultura africana, el cual ha estado fuertemente impulsado por Nollywood. (Box Office Mojo, 2023). Y es que el caso de esta película, a pesar de no tratarse de una película de Nollywood, es particularmente interesante de analizar, ya que, a pesar de tratarse de una producción norteamericana, la influencia de Nollywood está muy presente.

4.2.3: Nollywood y el caso “Black Panther”

Tradicionalmente Hollywood ha sido un instrumento de *soft power*. Especialmente durante el siglo XX, el cine era utilizado para promover la imagen de los Estados Unidos y transmitir los ideales americanos por todo el mundo. Quizá este ya no es objetivo principal del cine norteamericano, dominado actualmente por secuelas de franquicias establecidas y más preocupados por obtener la mayor rentabilidad posible.

No obstante, de vez en cuando, se producen algunos títulos que influyen de manera directa o indirecta en las relaciones internacionales. Es relevante por ejemplo el musical “Hamilton” (2015), creado por Lin-Manuel Miranda, sobre los padres fundadores de los Estados Unidos, el cual más allá del impacto musical, y en la cultura pop revolucionó la política norteamericana y fue utilizado por la administración de Obama para promocionar los valores fundacionales americanos (Lauer, 2020).

Siguiendo esta línea, fue sorprendente cuando Marvel anunció en 2014 la producción de una película centrada en Black Panther, un superhéroe relativamente desconocido y que llegaría a las salas en 2017 (finalmente 2018) (Hawkes, 2014). Como se introdujo en el punto anterior, la película fue un éxito espectacular de crítica y de taquilla, recaudando más de 1300 millones de dólares (Box Office Mojo, 2023), y siendo galardonada con 3 Premios Óscar. No obstante, más allá de su éxito financiero, fue también aclamada por su representación de la cultura y de la identidad afroamericanas.

Frente a la percepción de África como una región pobre y subdesarrollada muchas veces proyectada en el cine occidental, en esta película se nos presenta el reino ficticio de Wakanda, rico en recursos naturales y tecnología avanzada, presentando una visión de África rica, diversa y vibrante (Ibrahim, 2018), precisamente las características que busca transmitir al exterior Nollywood.

Los temas de Black Panther también repiten los patrones tradicionales del cine de Nollywood: la defensa de la cultura, la liberación de la opresión, la herencia africana o el debate sobre globalización frente a proteccionismo (Neguse, 2018), todos ellos asuntos de gran actualidad e importancia para el pueblo africano y para los afroamericanos, en un contexto de incremento del racismo en USA. Más allá de la historia superheroica, la película exhibe trajes tradicionales africanos, música y bailes propios de la región (cabe mencionar que el diseño de vestuario y la banda sonora, recibieron el premio Óscar) y cuanta con un elenco con actores de diferentes países que representan personajes africanos, algo sorprendente en el Hollywood actual (Cazallas, 2019).

La simple existencia de esta película puede ser vista como un ejemplo de la creciente influencia de la cultura africana dentro de la industria del entretenimiento (industria cultural), y de cómo la influencia soft del cine de Nollywood está creciendo en otras áreas geográficas y en las relaciones con la población de otros países, es un clarísimo

ejemplo de diplomacia pública.

Sirve para demostrar que el impacto de Nollywood está creciendo y expandiéndose, que no se ha reducido únicamente a la región de África, y no en forma de una película independiente, sino como una franquicia de varios billones de dólares (Rose, 2018) .

Sabedores de la importancia de películas como esta, “Black Panther” fue fuertemente promocionada en África. Su estreno en Nigeria fue todo un éxito de taquilla que se extendió al resto del continente. Este éxito internacional ayudó también indirectamente a impulsar la industria cinematográfica nigeriana, ya que generó recíprocamente un interés global en el cine africano. Y es que cuando hablamos de Nollywood, no solo hablamos de cine nigeriano, sino que hay que entenderlo como un elemento cultural de todo el continente (Effiong, 2017). Este interés fue también apoyado por actores de origen nigeriano presentes en Hollywood como John Boyega o Genevieve Nnaji.

Sin embargo, al igual que pasaba con Bollywood, Nollywood ha sido blanco de algunas críticas desde determinados sectores, que denuncian el desproporcionado enfoque en la violencia, que, desde su punto de vista, contribuye a la perpetuación de estereotipos negativos de la región. “Black Panther” no fue excepción y también recibió algunas críticas por parte de un sector de la industria cinematográfica nigeriana, que rechazaban la excesiva atención recibida en comparación con otras películas africanas o lo que ellos consideraban una visión incompleta de África (Thrasher, 2018).

En definitiva, la relación entre Nollywood y “Black Panther” es compleja. Por un lado, la película fue aclamada por desafiar la percepción establecida sobre África ofreciendo una versión más positiva, optimista, multicultural y realista del continente, aunque también fue criticada por algunos sectores, sobre las posibles desventajas de su impacto en la industria cinematográfica africana en general. No obstante, es evidente que la película ha tenido un impacto significativo en la industria cinematográfica africana, y en la percepción cultural africana, demostrando de nuevo que el cine es un vehículo poderoso de diplomacia cultural y de *soft power*, y demostrando que los datos que dicen que Nollywood y su influencia están creciendo mucho durante los últimos años, no se equivocan.

4.3 EL CASO DE CHINA

En último lugar, no podíamos dejar de hablar del caso de China, una industria cinematográfica que al igual que en el caso de Bollywood y Nollywood ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas.

4.3.1. La industria china y su posición en el mercado global

Según datos del mencionado portal Box Office Mojo, el mercado chino ingresó unos 9200 millones de dólares en el año 2019 (antes de la pandemia), un 15,7% de la taquilla global, lo que refleja la potencia de este mercado (Box Office Mojo, 2023). Este número se vio muy resentido en los años 2020 y 2021 como consecuencia del COVID, aunque en 2022 ya se empezaron a ver signos de mejoría, con cifras totales que se acercaban a las cifras pre pandemia. En 2021, aproximadamente se vendieron 1170 millones de entradas de cine, muy lejos todavía de los 1700 millones vendidos en 2019, pero claro reflejo del potencial de este mercado (statista, 2023).

En el caso de China, el uso del cine como *soft power* no ha tenido el mismo enfoque que tienen Bollywood o Nollywood. Como hemos visto en los apartados anteriores, mientras que el cine indio y el nigeriano, a pesar de sus diferencias, han apostado por un enfoque más internacional, autores como Stanley Rosen defienden que en el caso de la industria china el uso del soft power al través del cine están más enfocado al consumo local, y se relaciona bastante con la búsqueda del control del gobierno chino (Rosen, 2021).

Al igual que pasa con el cine de Bollywood o de Nollywood, las películas chinas, especialmente desde la década de los 90, cuando el gobierno comenzó a invertir fuertemente en estas producciones, buscan reflejar la cultura, la historia y los valores chinos. No obstante, no son más que una forma de hacer propaganda para el propio pueblo chino, y aunque sí que se han firmado algunos acuerdos de coproducción con otros países, con el objetivo de proyectar el cine chino en el extranjero, lo cierto es que no es el interés principal (Rosen, 2021). Sí que es cierto, que China ha buscado por otros caminos el utilizar el cine como herramienta de *soft power* y de diplomacia cultural, pero en vez de hacerlo poniendo el foco en su producción cinematográfica, lo ha hecho a través de promocionar a algunos cineastas locales para que tengan carrera en industrias como Hollywood, y lleven con ellos la Marca China por el mundo. Ejemplos de esto pueden ser Ang Lee, galardonado

director de películas como “La vida de Pi”, o más recientemente la artista Chloé Zhao, Quien ganó varios premios Óscar por su trabajo en “Nomadland” (2020) (Jacobs, 2021).

El cine chino también se encuentra con una diferencia fundamental frente a Bollywood o Nollywood, y es el uso de la censura.

A pesar de ser una de las industrias más potentes del mundo, se encuentra muy lejos del volumen de producción de Hollywood, Nollywood o Bollywood, aunque es el principal mercado fuera del norteamericano. Sin embargo, la industria china se encuentra sujeta a un estricto sistema de control y supervisión de contenidos por parte del gobierno chino (Denyer, 2017) que limita la capacidad y libertad en la proyección y visualización de contenidos propios y de otros países.

La censura del gobierno chino sobre el cine se remonta a la década de los 40, cuando el Partido Comunista Chino tomó el control de la industria, comenzando a utilizar el cine como herramienta de propaganda pública. Pero se mantiene en el día de hoy, lo que ha generado una gran preocupación en la comunidad internacional, especialmente en los países occidentales, por la merma de libertad que impone a los ciudadanos chinos.

La censura afecta a las producciones locales y a las extranjeras, y es un obstáculo muy importante a la hora de transmitir la cultura china al exterior, o a la hora de conocer los valores de otros países, por lo que es el principal obstáculo para que el cine pueda ser verdaderamente utilizado como instrumento de soft power en este país.

La Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión, es el organismo encargado de la censura en la industria cinematográfica china (Custer, 2012), pero también el órgano encargado de financiar la industria del cine en este país. Y es que aquí hay que mencionar otro elemento muy importante que afecta al uso del cine como herramienta de diplomacia, y es que, China aplica una política proteccionista en todos los sectores industriales, también en el cine, lo que impide que se estrenen un número muy elevado de producciones extranjeras al año en el país. En estos momentos solo se pueden estrenar 34 películas internacionales al año y no todas pueden ser de Hollywood. Estas medidas proteccionistas han contribuido a tensar más las relaciones entre Estados Unidos y China, de por sí, complicadas (Beauregard, 2022).

Paralelamente, mientras que el cine de Bollywood o de Nollywood, como se ha comentado anteriormente, se está expandiendo por todo el mundo, los títulos chinos que traspasan las fronteras son muy limitados y corresponden casi a excepciones, lo que complica mucho que se establezca un interés o un intercambio cultural propio de las herramientas de la diplomacia cultural como sí que sucede en los dos casos comentados anteriormente.

No obstante, sigue siendo interesante analizar cómo influye esta industria a las relaciones de China con otros estados, especialmente con Estados Unidos, con quien tradicionalmente ha tenido relaciones complicadas, algunas de las cuales han estado relacionadas con esta industria como protagonista.

4.3.2. El rol del cine en las relaciones China-Estados Unidos

Como se ha mencionado anteriormente, las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y China han sido tradicionalmente complicadas (Beauregard, 2022). Recientemente, con la administración Trump, diferentes decisiones hicieron que las relaciones atravesaran por uno de los momentos más tensos de los últimos años (especialmente con el tema de los bloqueos comerciales, que no abarcaremos en este trabajo). La industria cinematográfica no solo no ha sido ajena a este conflicto, sino que está desempeñando un rol fundamental en la guerra comercial entre ambos estados. Y es que, hemos empezado este capítulo diciendo que China utiliza el cine más como propaganda para la población local que como elemento de diplomacia cultural para promocionar sus valores en otros países, pero USA utiliza estratégicamente el cine como uno, sino el más importante, de sus instrumentos de diplomacia pública y cultural y de influencia en el exterior. La relación entre Hollywood y China juega un papel fundamental de especial interés en el estudio del *soft power* norteamericano en la actualidad.

Anteriormente hemos mencionado que India se encontraba en el puesto 28 en la clasificación de países con mayor *soft power*. Es importante empezar este apartado mencionando que Estados Unidos lidera esta lista, lo que nos da una idea de su capacidad de influencia sobre el resto del mundo (Brand Finance, 2023), siendo el cine la herramienta por excelencia para transmitir sus valores al resto del mundo. Sin embargo, como ya hemos mencionado el gobierno chino permite un número muy limitado de proyecciones de producciones extranjeras en su territorio, para proteger la industria local y para controlar los mensajes y la información que se transmite a la población, lo que obstaculiza la

consecución de los objetivos estratégicos estadounidenses con la población china.

Lo relevante es, que desde que se empezó a permitir los estrenos extranjeros, la demanda de cine ha crecido en China exponencialmente (por ejemplo, en China existían 4000 pantallas de cine en 2005, frente a las más de 70.000 que existen ahora) . Este crecimiento de número de pantallas, como es de esperar, se ha traducido en un incremento masivo de los beneficios para los grandes estudios de cine americanos que, a través de sus propios sistemas de relaciones institucionales, consiguen entrar en la lista de los 34 títulos extranjeros, escapándose así de los intereses gubernamentales estadounidenses en la proyección de determinados mensajes y determinadas películas.

Este desarrollo tan acentuado de los resultados hace que los grandes estudios americanos cuenten con China para garantizar el éxito financiero de sus proyectos. Un ejemplo de esto es, la que actualmente es la película más taquillera de la historia (sin contar reestrenos), “Vengadores: Endgame”, de Disney, la cual recaudó una tercera parte de sus 2800 millones, únicamente en China (Jimber, 2022). Pero también condiciona el tipo de producciones que pueden ser exportadas a este país, limitando la capacidad de influencia de la industria americana en su conjunto.

Se produce así una modalidad de censura autoimpuesta en el cine norteamericano impuesta por el interés económico en el mercado Chino. Los grandes estudios, sabedores de que la viabilidad financiera de muchos de sus títulos depende directamente de lo que pase en China, para asegurar un estreno en cines, aceptan modificar escenas de sus películas, para asegurarse el visto bueno del gobierno chino y poder ver proyectar en territorio chino. Esto representa un factor estratégico muy importante para USA, pues en cierta manera, el gobierno chino influye en la toma de decisiones de Hollywood, que recordemos, a diferencia de la industria cinematográfica china, fuertemente controlada por el estado, pertenece al sector privado (Salas, 2021). Estamos, por lo tanto, ante un ejemplo de cómo el poder económico del cine influye en la forma de generar *soft power*.

La potencialidad económica del mercado chino es un arma muy poderosa para el *soft power* chino, porque como decíamos al inicio del capítulo, el mercado del cine en China sigue creciendo, tanto en número de entradas vendidas, como en número de pantallas

y de salas. Esto se traduce en un mayor poder de decisión sobre las películas extranjeras (en este caso de Hollywood), y una mayor capacidad para influir en el pensamiento y en la cultura de Occidente, que está empezando a producir películas exclusivamente diseñadas para satisfacer al mercado chino (Jimber, 2022). Esto ha sido fuente de muchas críticas gubernamentales, tanto de demócratas como de republicanos, los cuales consideran que Hollywood se está “arrodillando” ante China, pero lo cierto es que el único de los grandes estudios que se resiste a las presiones chinas, y, que por lo tanto desde finales de 2019 no ha estrenado ninguna de sus películas, es Disney, quien en palabras de su CEO Bob Chapek, considera que “Disney ya no necesita a China para romper récords de taquilla” (Castellón, 2022) (recordemos que actualmente Disney cuenta con 7 películas producidas y 1 co-producida entre las 10 películas más taquilleras de la historia) (Box Office Mojo, 2023).

Por lo tanto, el caso de Estados Unidos y Hollywood, resulta especialmente interesante a la hora de hablar de China y *soft power*, pues estamos viendo, que mientras que Bollywood y Nollywood centran sus esfuerzos en proyectar sus valores y tradiciones en sus películas para intentar llegar al resto del mundo, los esfuerzos de China, más allá de actuar como propaganda dentro de sus fronteras, se centran en intentar influenciar en el resto de industrias, principalmente Hollywood, que al fin y al cabo, sigue siendo la que más alcance internacional tiene, para hacer prevalecer sus valores, su visión del mundo y de la persona, y por lo tanto su idiosincrasia social y política.

4.3.3. Retos y desafíos de la industria cinematográfica china como herramienta de soft power

Como hemos analizado en los dos últimos apartados, el uso del cine como herramienta de diplomacia cultural en China difiere bastante del uso que se le da en India o en Nigeria. A pesar de que se pueden detectar fortalezas en la estrategia actual, resulta interesante comentar posibles alternativas que se podrían aplicar para conseguir una estrategia de *soft power* más potente, conociendo primero de antemano los retos que se deben superar.

En primer lugar, hay que mencionar el tema de la censura. Si bien es cierto que el estricto control estatal está permitiendo influir en el cine extranjero, también es verdad que se está limitando considerablemente la libertad y la creatividad de los cineastas chinos. Además, como hemos visto en el punto anterior, esta capacidad de control es posible gracias a, en gran parte, el potencial masivo de la economía china, pero no se está produciendo el intercambio cultural que sí vemos en Hollywood o en Bollywood y Nollywood y que define cualquier herramienta de diplomacia cultural y de soft power. Mas, bien al contrario: se utiliza el cine y el potencial económico coactivamente para imponer por la fuerza (en este caso económica) la visión y la cultura china en el mundo.

Por otro lado, la existencia de esta censura y la limitación de la creatividad y libertad de los artistas chinos hace que la industria cinematográfica china se encuentre en una posición de desventaja frente a otros países, sea menos atractiva y conecte menos con las formas de vida y de pensamiento generales, lo que dificulta su entrada en mercados internacionales.

Quizá, puede parecer una obviedad, pero es razonable pensar que una limitación de esta censura podría, en primer lugar, permitir que los cineastas locales explotaran su creatividad, enseñando en sus obras más profundamente las culturas y tradiciones chinas, con el objetivo de que no solo sirvan como un medio de propaganda local, sino como un producto a exportar, algo que ahora mismo no sucede. Por otra parte, si el mercado del cine chino sigue creciendo, tanto en número de pantallas como en entradas vendidas, es de esperar que la estrategia de control y de influencia sobre el mercado extranjera se mantuviera y por ello, se requeriría que la industria china incrementase su productividad para dar satisfacción a la demanda existente. Este crecimiento, con censura, es muy difícil de alcanzar porque se limita la capacidad creativa que sustenta la producción de cine. Solo

si se aumentara el número máximo de producciones extranjeras permitidas, este control podría seguir produciéndose, reportando mejores datos económicos a las productoras, y permitiendo el acceso del mercado chino a una mayor variedad de títulos.

Y es que muy relacionado con este último asunto, podemos mencionar otro de los grandes retos de la industria cinematográfica china, y es el de la piratería.

El reducido acceso a películas extranjeras hace que la ciudadanía china tenga que recurrir a otras estrategias para ver cine extranjero, siendo la principal, lógicamente la piratería. Y es que el gobierno chino reconoce que se piratean 120 millones de copias de música y cine extranjeras al año, más que en ningún otro país, y esto sin tener en cuenta internet (La Vanguardia, 2007). Sabiendo estas cifras, tiene sentido pensar que una limitación de la censura podría ayudar al gobierno a luchar contra estas prácticas ilegales, y que además se traduciría en un importante impacto económico positivo para el país.

En definitiva, el cine en China es una poderosa herramienta de *soft power*. Sin embargo, las características únicas de su gobierno hacen que no pueda explotar todo su potencial. Estos retos presentes podrían ser abordados usando una estrategia efectiva que permitiera mejorar su percepción en el extranjero pudiendo influir en otras culturas, de la manera que Hollywood tradicionalmente ha funcionado, o como Bollywood y Nollywood se están desarrollando.

5. CONCLUSIONES

Como se ha presentado en esta investigación se puede afirmar con total rotundidad que el cine es una poderosa herramienta de diplomacia cultural y un instrumento de *soft power* muy poderoso, y muy complementario a la diplomacia tradicional a la hora de transmitir ideas, valores, modos de vida, cultura, imagen exterior del país o desarrollo económico internacionalmente.

En el caso de India, hemos visto que Bollywood es una de las herramientas de *soft power* y diplomacia cultural más fuertes de las que dispone el país.

Aunque es una industria muy longeva, de más de 100 años, su preocupación internacional y su interés por globalizarse es relativamente reciente, y podemos hablar de ella como herramienta de diplomacia cultural desde los años 90.

Como hemos visto en nuestra investigación, Bollywood ha sido, y está siendo una herramienta fundamental en la promoción del país como un territorio vibrante y diverso, consiguiendo satisfactoriamente comunicar sus valores y tradiciones a otros territorios. Bollywood ha sido capaz de mantener siempre su identidad, al mismo tiempo que ha evolucionado para adaptarse a las demandas de sus consumidores, y también ha servido como un importante catalizador del diálogo internacional, y como un vehículo para dar visibilidad a los intereses de India en el escenario mundial.

Otra de las conclusiones que se desprenden de esta investigación es el claro impacto económico que ha tenido Bollywood para la economía india, tanto como por los empleos directos que generan sus producciones, como por el turismo que atraen sus películas, o como la inversión directa extranjera que se atrae, lo cual repercute directamente en los indicadores económicos del país.

La influencia de Bollywood como herramienta de diplomacia cultural no se reduce únicamente a los resultados económicos o a la transmisión de valores y tradiciones, sino que se puede apreciar directamente en otras formas de arte, sin irnos muy lejos, en Nollywood. No obstante, como se ha comentado en el capítulo dedicado a este país, a pesar de que podemos afirmar con rotundidad que estamos ante una herramienta muy útil de *soft power*, tenemos que volver a hacer una mención especial a los desafíos que todavía debe enfrentar,

principalmente la proyección de estereotipos y de un idealismo superficial, que puede crear una imagen de la realidad que no siempre es representativa.

En cuanto a Nollywood, la primera conclusión que podemos sacar es que no se trata de un instrumento de *soft power* de Nigeria, sino que estamos ante una herramienta de diplomacia cultural de toda África. A pesar de ser una industria que hoy en día tiene dificultades de financiación, y que en su mayor parte, está formada por producciones de baja calidad técnica, lo cierto es que se ha convertido en una de las industrias más poderosas del sector, y en la principal baza de política exterior de la región. La representación de temas comunes de toda África hizo que el interés por este cine traspasara fronteras con una gran celeridad y es un sector fundamental, no solo para la política exterior, sino como se ha analizado, para la economía, representando un apartado muy importante de los ingresos de Nigeria, un país que tradicionalmente depende de la agricultura. Como se ha mencionado también en el apartado correspondiente, la influencia de Bollywood se encuentra muy presente en África, tanto en la forma de hacer cine, influencias que han sido posibles por la puesta en contacto de profesionales de ambos países, como en la forma de buscar expandirse al exterior. También hemos demostrado que Nollywood, además de ser un éxito económico, está globalizándose con éxito, llegando a influir a que el mayor estudio cinematográfico del mundo, Disney, produzca una franquicia multibillonaria que busca comunicar y expandir los mismos valores que Nollywood pretende representar. No obstante, a pesar de que el desarrollo tan espectacular de los últimos años haría pensar que todos son buenas noticias, lo cierto es que al igual que en el caso de Bollywood, Nollywood debe hacer frente todavía a ciertos obstáculos para convertirse en una herramienta de *soft power* más poderosa, que atraiga aún más inversión extranjera y mejore más la posición del país en la diplomacia internacional. Estos desafíos son principalmente, el poco apoyo financiero del gobierno, asunto que debería ser solucionado cuanto antes, o, al igual que en Bollywood, la presentación de algunos estereotipos negativos de la región, que puede contribuir a perpetuar concepciones negativas sobre Nigeria y África en su conjunto.

Por último, el caso de la industria cinematográfica China como hemos visto, es algo más particular. Su estrategia difiere significativamente de lo buscado por Nigeria e India. No pretenden transmitir su cultura y sus valores a otros mercados, y tampoco parecen muy preocupados por el beneficio económico que esta industria ha demostrado que puede generar.

En su lugar, parecen más preocupados por utilizar su cine como medio de

propaganda únicamente para sus ciudadanos, mientras que tratan de influir (con relativo éxito) como hemos visto, en las industrias cinematográficas extranjeras, particularmente en la norteamericana por la vía coactiva indirecta. Hemos visto con datos que la estrategia que están siguiendo India y Nigeria está siendo muy exitosa, tanto para la economía como para la diplomacia cultural. Además, la población china ha demostrado interés por el cine extranjero, llenando siempre las salas ante los grandes estrenos de otros países, o buscando otras estrategias para acceder a ellos en caso de no poder acudir a las salas. Es razonable pensar que un país que tiene el potencial económico con el que Nigeria solo puede soñar, o al que India únicamente aspira esté desaprovechando todo el potencial que el cine como herramienta de *soft power* ofrece. Con lo que hemos visto en esta investigación China tiene la posibilidad, reduciendo las trabas a lo extranjero, entre otras medidas, de llegar a los grandes mercados internacionales transmitiendo sus tradiciones y su cultura, de manera incluso más exitosa que India y Nigeria, generando un gran impacto económico en el proceso, y manteniendo un cierto poder de influencia sobre el resto de los países al mismo tiempo. Es solo cuestión de tiempo que oigamos más sobre Chinawood, o la industria china en nuestros medios de comunicación, y veamos en primera persona, como de útil puede ser el cine a la hora de hacer diplomacia.

En definitiva, a diplomacia cultural y la diplomacia pública desempeñan un papel crucial en la proyección de la imagen y el poder blando de un país en el escenario internacional. En este contexto, Bollywood, Nollywood y Chinawood han demostrado ser actores significativos en la escena global del cine y han utilizado su influencia para promover sus respectivas culturas y valores.

Bollywood, con su enfoque en el entretenimiento masivo y su capacidad para llegar a audiencias internacionales, ha sido una herramienta poderosa para difundir la cultura india y promover una imagen positiva de la nación. Las películas de Bollywood han desempeñado un papel importante en la exportación de las tradiciones, el arte y la música indias, y han establecido conexiones culturales con el público de todo el mundo.

Nollywood, por su parte, ha sido un motor de desarrollo económico y cultural en Nigeria y ha ayudado a proyectar una imagen más positiva del país en el extranjero. A través de sus producciones cinematográficas, Nollywood ha abordado temas sociales y políticos, y ha transmitido los valores y las tradiciones africanas a nivel mundial. Esto ha

fortalecido la identidad cultural y la autoestima de la diáspora africana y ha contribuido a una mayor comprensión de las realidades africanas.

En cuanto a Chinawood, la creciente influencia de la industria cinematográfica china ha permitido que China utilice el cine como una herramienta estratégica para promover su soft power y ampliar su presencia cultural en el mundo. En conclusión, Bollywood, Nollywood y Chinawood son ejemplos destacados de cómo la industria del cine puede ser utilizada como una poderosa herramienta de diplomacia cultural y diplomacia pública. Estas industrias han demostrado su capacidad para promover la imagen y los valores de sus respectivos países en el extranjero, al tiempo que fomentan la diversidad cultural y establecen conexiones más fuertes entre las naciones. El cine continúa desempeñando un papel importante en la diplomacia cultural contemporánea y seguirá moldeando las percepciones internacionales en el futuro.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Adefila, J., & Egunjobi, O. (2016). Nollywood and Soft Power: The Nigerian Cinematographic Industry as a Global Cultural Instrument. *Journal of African Media Studies*, 181-196.
- Adejumo, A., & Olumide, A. (2020). Nollywood and Pan-African Identity: A Study of Selected Films. *Journal of African Cinemas*, 25-39.
- AriseNews. (20 de noviembre de 2022). *At \$6.4bn, Nollywood Ranks Second Fastest Growing Movie Industry Globally, Says Bank CEO*. Obtenido de AriseNews: <https://www.arise.tv/at-6-4bn-nollywood-ranks-second-fastest-growing-movie-industry-globally-says-bank-ceo/>
- Armstrong, M. (31 de enero de 2022). *Nollywood is Booming*. Obtenido de statista: <https://www.statista.com/chart/26728/nollywood-films-produced-and-censored-timeline/>
- Bajpai, S. (16 de febrero de 2019). *China's affair with Bollywood is now more down than up. But everybody loves Mishu*. Obtenido de The Hindu: <https://www.thehindu.com/entertainment/movies/chinas-affair-with-bollywood-is-now-more-down-than-up-but-everybody-loves-mishu/article26281614.ece>
- Barracough, E. (abril de 2016). *La floreciente industria cinematográfica china*. Obtenido de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2016/02/article_0004.html
- Beauregard, L. (28 de febrero de 2022). *Los largos tentáculos de China en Hollywood: así manipula guiones que perjudican su imagen*. Obtenido de El País: <https://elpais.com/cultura/2022-02-28/los-largos-tentaculos-de-china-en-hollywood-asi-manipula-guiones-que-perjudican-su-imagen.html>
- Beltrán Tapia, J. P. (2013). *La política internacional a través del cine. Estudio de caso: La guerra fría entre las décadas de 1970 y 1989*.
- Bhatia, N. (2011). *The Globalization of Bollywood: An Ethnography of Non-elite Audiences in India*. Cambridge University Press.

- Bhattacharya, S., & Mukherjee, S. (2019). *The Politics of Bollywood in the Age of Globalization*. Springer.
- Bilgin, P., & Elis, B. (2008). Hard Power, Soft Power: Toward a More Realistic Power Analysis. *Insight Turkey*, 5-20.
- Box Office India. (23 de abril de 2023). *Top Overseas Grossers All Time*. Obtenido de Box Office India: <https://boxofficeindia.com/overseas-total-gross.php>
- Box Office Mojo. (23 de abril de 2023). *Black Panther*. Obtenido de Box Office Mojo by IMDbPro: https://www.boxofficemojo.com/title/tt1825683/?ref_=bo_se_r_1
- Box Office Mojo. (23 de abril de 2023). *Black Panther: Wakanda Forever*. Obtenido de Box Office Mojo: https://www.boxofficemojo.com/title/tt9114286/?ref_=bo_se_r_2
- Box Office Mojo. (25 de abril de 2023). *Chinese Yearly Box Office*. Obtenido de Box Office Mojo by IMDbPro: <https://www.boxofficemojo.com/year/?area=CN&grossesOption=totalGrosses>
- Box Office Mojo. (21 de abril de 2023). *Indian Yearly Box office*. Obtenido de Box Office Mojo by IMDbPro: <https://www.boxofficemojo.com/year/?area=IN>
- Box Office Mojo. (17 de abril de 2023). *Top Lifetime Grosses*. Obtenido de Box Office Mojo by IMDbPro: https://www.boxofficemojo.com/chart/ww_top_lifetime_gross/?area=XWW&ref_=bo_cso_ac
- Box Office Mojo. (25 de abril de 2023). *Top Lifetime Grosses*. Obtenido de Box Office Mojo by IMDbPro: https://www.boxofficemojo.com/chart/ww_top_lifetime_gross/?area=XWW&ref_=bo_cso_ac
- Brand Finance. (2023). *Global Soft Power Index*. Obtenido de Brand Finance: <https://brandirectory.com/softpower/>
- Cabanillas Díaz, N. (2021). *La propaganda en la Alemania Nazi*.

- Castellón, M. (12 de mayo de 2022). *¿Disney no necesita la taquilla de China?* Obtenido de Fuera de Foco: <https://fueradefoco.com.mx/noticias/disney-tiene-dificultades-china>
- Cazallas, J. (25 de febrero de 2019). *Oscar 2019 - Black Panther es la película de superhéroes con más Oscars de la Historia*. Obtenido de HobbyConsolas: <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/oscar-2019-black-panther-pelicula-superheroes-oscars-historia-379505>
- Cull, N. (2009). Diplomacia pública: consideraciones teóricas. *Revista mexicana de política exterior*, 55-92.
- Custer, C. (10 de julio de 2012). *China's SARFT to Censor Original Internet Video, Criminalize Rainbows, Ban All Fun*. Obtenido de techinasia: <https://www.techinasia.com/sarft-censor-original-internet-video>
- de Burzaco, M. (2 de enero de 2023). *otroscines*. Obtenido de Balance 2022: Cifras finales de la taquilla, país por país: [https://www.otroscines.com/nota?idnota=18713#:~:text=La%20recaudaci%C3%B3n%20de%202022%20en,a%202022%20\(2.280%20millones\)](https://www.otroscines.com/nota?idnota=18713#:~:text=La%20recaudaci%C3%B3n%20de%202022%20en,a%202022%20(2.280%20millones)).
- CUMMINGS, Milton C. Jr. *Cultural Diplomacy and the United States Governments: A Survey*. Center for Art and Culture, P. 1, (Washington, DC), (2003).
- Denyer, S. (25 de octubre de 2017). *China's Xi Jinping unveils his top party leaders, with no successor in sight*. Obtenido de The Washington Post: https://www.washingtonpost.com/world/chinas-communist-party-unveils-new-leadership-with-no-obvious-successor-to-xi-jinping/2017/10/25/efe67876-b8fc-11e7-9b93-b97043e57a22_story.html
- Effiong, C. (2017). Nollywood, Popular Culture and Nigerian National Identity. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 75-86.
- Ekeanyanwu, N. (2016). African cultural identity in Nollywood films. *The Journal of Pan African Studies*, 168-182.

- Embassy of India, Moscow. (24 de mayo de 2023). *Embassy of India*. Obtenido de Relaciones bilaterales: Relaciones India- Rusia: <https://indianembassy-moscow.gov.in/bilateral-relations-india-russia.ph>
- Expansión. (2019). *India- Turismo internacional*. Obtenido de Expansión/Datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/india>
- Ganti, T. (2011). Bollywood: a guidebook to popular Hindi cinema. *Psychology Press*, 22-23.
- García de Alba, C. (2009). Diplomacia pública, propaganda y poder blando. *Revista mexicana de política exterior*, 221-228.
- Ghosh, S. (2015). The Politics of Bollywood: Indian Film as Soft Power. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 305-315.
- Gokulsing, K., & Dissanakaye, W. (2012). *Routledge handbook of Indian cinemas*. Routledge.
- González Grandía, P. (2022). *Bollywood as a Tool of Economic Soft Power*.
- Gopal, S., & Singh, S. (2012). Bollywood: A New Global Soft Power.
- Hawkes, R. (28 de octubre de 2014). *Marvel announces Black Panther film*. Obtenido de The Telegraph: <https://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-news/11193417/marvel-black-panther-chadwick-boseman.html>
- Ibrahim, A. (2018). Black Panther, Marvel and Africa: A Transmedia Commentary on the 21st Century Reimagination of Africa. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, 1-11.
- Icónica. (4 de junio de 2020). *Las principales industrias filmicas del mundo*. Obtenido de Icónica: pensamiento filmico: <https://revistaiconica.com/las-principales-industrias-filmicas-del-mundo/>
- Jacobs, E. (16 de abril de 2021). *Chloé Zhao: the film director capturing life on the edge*. Obtenido de Financial Times: <https://www.ft.com/content/cdb3921e-6335-4a50->

bcd2-4bbf5ad6e091

Jimber, Á. (28 de junio de 2022). *Hollywood en el conflicto entre Estados Unidos y China*. Obtenido de relacionateypunto: <https://relacionateypunto.com/hollywood-en-el-conflicto-entre-estados-unidos-y-china/>

Kantha, S. (2013). *Bollywood Goes Global: The New Indian Cinema*.

Karan, K., & Schaefer, D. (2020). China and Bollywood: The Potential for Building the World's Largest Film Market. *China-India Relations: Geo-political Competition, Economic Cooperation, Cultural Exchange and Business Ties*, 183-201.

Kavoori, A., & Punathambekar, A. (2008).

Kude, G. (2019). NOLLYWOOD, THE LITERARY AND THE PROMOTION OF CULTURAL DIPLOMACY. En F. O. Idoko, & T. J. Iorapuu, *Nigeria's theatre and drama* (pág. 153).

Kudriavtseva, E. (2017). Russian Fans of Bollywood: Between Imitation and Innovation. *Russian Journal of Communication*, 374-390.

Kumar, P. (2019). *Indian Cinema in Africa: Nollywood and Beyond*. Routledge.

La Vanguardia. (17 de marzo de 2007). *China reconoce que piratea al año 120 millones de copias de música y cine*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20070317/51313655473/china-reconoce-que-piratea-al-ano-120-millones-de-copias-de-musica-y-cine.html>

Lauer, A. (2 de julio de 2020). *Six Ways "Hamilton" Directly Impacted American Politics*. Obtenido de InsideHook: <https://www.insidehook.com/article/arts-entertainment/how-hamilton-musical-changed-american-politics>

Lorenzen, M., & Täube, F. A. (2008). Breakout from Bollywood? The roles of social networks and regulation in the evolution of Indian film industry. *Journal of International Management*, 286-299.

Macarro Fernández, Jordi. "El teatro parsi y sus adaptaciones al cine de Bollywood". En *Cine y representación: re-producciones de mundos en re-construcciones filmicas*. 2014. p. 373-384.

- Mehta, R. (2010). Bollywood, Nation, Globalization: An Incomplete Introduction. En R. Mehta, & R. Pandharipande, *Bollywood and Globalization. Indian Popular Cinema, Nation, and Diaspora* (págs. 1-15). Anthem Press.
- Mehta, R. (2020). Indian Cinema against the Currents of History. En R. Mehta, *Unruly Cinema: History, Politics, and Bollywood* (págs. 1-18). University of Illinois Press.
- Merino, Á. (29 de septiembre de 2019). *Mayores productores de cine nacional*. Obtenido de El Orden Mundial: <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/que-pais-hace-mas-peliculas/>
- Moti Gokulsing, K., Golusking, K., & Dissanayake, W. (2004). *Indian Popular Cinema: A Narrative of Cultural Change*. Trentham Books.
- Neguse, R. (21 de febrero de 2018). *5 themes in 'Black Panther' that illustrate nuances within the African Diaspora*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@rneguse/5-themes-in-black-panther-that-illustrate-nuances-within-the-african-diaspora-16bea2fc1e80>
- Nye, J. (2005). *Hard power and soft power*.
- Nye, J. (2017). Soft power: The origins and political progress of a concept. *Palgrave Communications*, 1-3.
- Obiaya, I. (2018). Nigerian home video and the politics of distribution. *Journal of African Media Studies*, 201-216.
- Ogunleye, F. (2014). The evolution and challenges of the Nigerian film industry. *The Journal of Pan African Studies*, 170-189.
- Okolo, P. (8 de enero de 2020). *Nollywood, o Nigeria como la nueva meca del cine*. Obtenido de El Diario Vasco: <https://www.diariovasco.com/culturas/cine/nollywood-nigeria-nueva-20200108115349-nt.html>
- Onanuga, T. (21 de septiembre de 2010). *Hooray for Nollywood*. Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2010/sep/21/nollywood-nigerian-film-industry>

- Onuzulike, U. (2017). Nollywood: Origin, growth and challenges. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, 27-37.
- Orús, A. (8 de julio de 2021). *statista*. Obtenido de es.statista.com: <https://es.statista.com/temas/6398/bollywood/>
- Oyewole, S. (2014). Una ojeada a la industria cinematográfica nigeriana. *OMPI*.
- Parada, J. S. (2013). La India en los BRICS: una nueva forma de promover sus intereses en el escenario internacional. *Norteamérica*, 161-186.
- Powell, R. (1994). Anarchy in international relations theory: the neorealist-neoliberal debate. *International organization*, 313-344.
- PwC. (2017). *Spotlight- The Nigerian film industry*. Obtenido de Pwc: <https://www.pwc.com/ng/en/publications/spotlight-the-nigerian-film-industry.html>
- Rodríguez Barba, F. (2015). Diplomacia cultural.¿ Qué es y qué no es? *Espacios públicos*, 33-49.
- Rodríguez Martelo, T. (2021). Nollywood: de economía informal a industria mediática. *Temas*, 44-51. Obtenido de temas. cultura, ideología, sociedad: <https://temas.cult.cu/articulos-academicos/nollywood-de-economia-informal-a-industria-mediatica/>
- Rong, L. (7 de mayo de 2018). *Bollywood's Impact on China-India Relations*. Obtenido de The Diplomat: <https://thediplomat.com/2018/05/bollywoods-impact-on-china-india-relations/>
- Rose, S. (3 de febrero de 2018). *Black Panther: does the Marvel epic solve Hollywood's Africa problem?* Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/film/2018/feb/03/marvel-black-panther-chadwick-boseman-michael-b-jordan>

- Rosen, S. (2021). *Obstacles to Using Chinese Film to Promote China's Soft Power: Some Evidence from the North American Market*. Obtenido de de Gruyter: <https://doi.org/10.1515/jcfs-2021-0009>
- Saari, A. (2011). Bollywood and Its Global Influence. *Asian Journal of Communication*, 192-208.
- Saddiki, S. (2009). El papel de la diplomacia cultural en las relaciones internacionales. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, 107-118.
- Salas, C. (3 de abril de 2021). *La conquista de Occidente: cómo China somete a Hollywood y a los intelectuales*. Obtenido de La Información: <https://www.lainformacion.com/mundo/conquista-de-occidente-como-china-somete-a-hollywood-intelectuales-europeos/2834189/>
- Schulze, P. W. (2018). *Bollywood in the World*.
- SHULTZ, George P. "Diplomacy in Information Age". Ponencia presentada en la conferencia sobre Diplomacia Virtual el 1 de abril de 1997, Edit. U.S. Institute of Peace, Washington DC (1997).
- Sen, R. (2013). *100 Bollywood films*. Collins.
- Singh, H. (28 de junio de 2019). *Russia and India: A Strong Strategic Partnership*. Obtenido de Geopolitical Monitor: <https://www.geopoliticalmonitor.com/russia-and-india-a-strong-strategic-partnership/> statista. (2 de enero de 2023). *Number of movie tickets sold in China from 2010 to 2022 (in millions)*. Obtenido de statista: <https://www.statista.com/statistics/260333/number-of-movie-tickets-sold-in-china/>
- Taneja, A. (2013). Bollywood as Global Soft Power: The Cultural and Economic Dominance of Hindi Film. *Global Media Journal: Canadian Edition*, 77-95.
- Taneja, A., & Gupta, N. (2007). Bollywood: Exporting Indian Films Abroad. *Journal of Creative Communications*, 5-18.
- Team, N. (3 de febrero de 2023). *NFI*. Obtenido de What is Nollywood? Everything You Need To Know- NFI: <https://www.nfi.edu/what-is-nollywood/#>

The Hindu. (4 de enero de 2022). *Commerce Ministry to launch Brand India Campaign to boost exports*. Obtenido de The Hindu: <https://www.thehindu.com/news/national/commerce-ministry-to-launch-brand-india-campaign-to-boost-exports/article38111066.ece>

This Day. (8 de septiembre de 2022). *As Nigerian Film Industry Awaits Further Economic Boom*. Obtenido de This Day Live: <https://www.thisdaylive.com/index.php/2022/09/08/as-nigerian-film-industry-awaits-further-economic-boom/>

Thrasher, S. (20 de febrero de 2018). *There Is Much to Celebrate—and Much to Question—About Marvel's Black Panther*. Obtenido de Esquire: <https://www.esquire.com/entertainment/movies/a18241993/black-panther-review-politics-killmonger/>

Trenzado Romero, M. (2000). El cine desde la perspectiva de la Ciencia Política. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 45-70.

U.S. DEPARTMENT OF STATE (Advisory Committee on Cultural Diplomacy). (2005). *Cultural Diplomacy*.

Wagnleitner, R. (1992). American Cultural Diplomacy, the Cinema, and the Cold War in Central Europe. *Center for Austrian Studies*.

Waller, Michael J. (ed) "Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy," in *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*, Edit. Institute of World Politics Press, Washington, DC (2009).

Wilson III, E. (2008). Hard power, soft power, smart power. *The annals of the American academy of Political and Social Science*, 110-124

Yakubu, U., & Kolo, N. (2019). Nollywood as an Instrument of Nigeria's Soft Power. *Journal of African Media Studies*, 347-364