



NOLLYWORLD: REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS CULTURAIS, NARRATIVAS E ESTÉTICA NA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NIGERIANA.

Alessandra Meleiro¹
Janaina Pereira de Oliveira²

A indústria cinematográfica nigeriana, Nollywood, é hoje a segunda maior do mundo, ficando atrás de seu concorrente indiano, Bollywood, e superando a posição de Hollywood (UNESCO, 2009). Em menos de vinte anos, os poucos filmes produzidos no início dos anos de 1990, passaram a 1500 por ano em meados dos anos 2000 (JEDLOWSKI, 2013).

O forte impacto econômico, social e cultural da indústria cinematográfica na Nigéria é um dos eixos centrais do programa governamental *Heart of Africa*, que deu passos decisivos na área de reforma política e institucional visando o desenvolvimento econômico do país. Ainda que a indústria cinematográfica nigeriana tenha registrado um impressionante crescimento, o setor ainda é cercado de desafios que impedem seu desenvolvimento, como a dificuldade da entrada do vídeo nigeriano no mercado global.

Os desafios ainda incluem uma rede de marketing e distribuição informal, pirataria, baixa qualidade nas produções, falta de infraestrutura de produção, distribuição e exibição, ausência de oportunidades de financiamento para a indústria, formação inadequada dos profissionais dessa área, fragmentação e falta de dados para planejamento de políticas públicas.

O governo, reconhecendo o potencial da indústria cinematográfica para o desenvolvimento do país, avançou em importantes áreas, como a reestruturação institucional e reorganização das agências governamentais relevantes, a criação de um ambiente político necessário para o crescimento desse setor, um programa de formação e profissionalização do setor, a promoção da indústria

¹ Professora do Bacharelado e Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos - UFSCAR.

² Professora no IFRJ (Instituto Federal do Rio de Janeiro) e Fulbright Scholar no Centro de Estudos Africanos na Universidade de Howard, em Washington D.C. nos EUA.

cinematográfica nigeriana e a criação de infraestrutura e de um fundo de apoio.

Outros países na África também começaram a reconhecer o potencial do setor cultural para diminuição da pobreza e geração de empregos e envolveram governos visando apoio a este setor. Na Conferência Ministerial que ocorreu em Moçambique, em 2000 - sobre o papel e lugar da cultura na agenda de integração regional - os estados-membros concordaram em “tomar passos decisivos em direção à promoção das indústrias culturais como uma maneira de explorar sua potencialidade no sentido de diminuição da pobreza, geração de empregos e contribuição ao crescimento econômico”. Nollywood, por exemplo, dá trabalho direta ou indiretamente para 2 milhões de pessoas.

Mesmo que existam algumas iniciativas no continente, ainda não há uma estrutura coordenada de integração das políticas culturais na África. Consequentemente, o potencial do mercado cultural africano ainda está por ser percebido. Esta coordenação requer coerentes políticas multidisciplinares, determinação em sua implementação, recursos humanos e financeiros voltados ao setor criativo e um ambiente favorável às tecnologias de informação e comunicação.

African Cultural Common Market pretende ser uma estrutura para a reorganização e reestruturação dos espaços e mercados culturais na África. Também neste sentido, *African Union* criou o Conselho Econômico, Social e Cultural em março de 2005, pretendendo fortalecer as relações entre políticas culturais, econômicas e sociais.

O SURGIMENTO E A ASCENSÃO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA BASEADA NO VÍDEO NA NIGÉRIA E EM GANA

O setor cultural e as indústrias criativas estão gradualmente tornando-se instrumentos para se atingir objetivos de desenvolvimento mais amplos. Gana e Nigéria passaram a inserir cultura como “eixo principal” no *Poverty Reduction Strategy Papers*, enfatizando a contribuição do setor cultural para a erradicação da pobreza.

No caso de Gana, a ênfase governamental é colocada no desenvolvimento e promoção da indústria cinematográfica como fonte

potencial para a geração de emprego, criação de riqueza e desenvolvimento de talentos.

A indústria cinematográfica – e do vídeo – em Gana e Nigéria representa o mais importante passo dado pelo cinema africano na última década. Desde o seu surgimento, em 1960, a produção e o consumo do cinema africano encontram-se atrelados aos países ocidentais.

Na África subsaariana, com exceção da África do Sul, os gastos proibitivos para se produzir filmes, o péssimo estado das salas de cinema, a ausência de apoio governamental para a atividade e a disponibilidade ilimitada de filmes de outros países, fizeram com que cineastas africanos permanecessem dependentes de apoio, equipamento, expertise e plateias estrangeiras – principalmente em festivais na Europa e América do Norte. Filmes africanos são “estrangeiros em seus próprios países”.

A tecnologia em vídeo, portanto, propiciou uma verdadeira revolução cinematográfica em Gana e Nigéria ao final da década de 1980, permitindo que *videomakers* criassem longas-metragens para um público local. Poucas indústrias no mundo são inteiramente baseadas no *home video* como formato de produção e distribuição.

Quando o primeiro filme em vídeo surgiu em Gana, a produção nacional contabilizava apenas dez longas-metragens, e mais de 95% de todos os filmes exibidos no país eram estrangeiros.

Os vídeos produzidos e consumidos localmente alteraram essa paisagem cultural. Nos dez anos que se seguiram à primeira vídeo-produção, uma média de quatro filmes foi lançada mensalmente em Gana. As maiores salas de cinema foram equipadas com projetores de vídeo e centenas de videolocadoras privadas surgiram em Accra, a capital da cidade, para atender à crescente demanda dos consumidores.

A exibição em vídeo começou como um fenômeno urbano, mas estendeu-se por pequenas cidades do país, assim como em outras regiões da África Ocidental. Em 1989, *videomakers* nigerianos começaram a produzir longas em vídeo, primeiramente em yoruba, e logo em igbo, haussá e inglês, criando o que logo se tornou uma vasta

e prolífica indústria. Uma média de 10.000 – 20.000 cópias de cada longa foi distribuída dentro e fora do país.

Vídeos ganenses também cruzaram suas fronteiras nacionais, tornando-se global. Eles são distribuídos em plataformas online, veiculados via satélite e disponibilizados em pequenas videolocadoras que atendiam as comunidades diaspóricas em metrópoles da Europa e América do Norte.

Livre das exigências culturais e econômicas impostas pelo capital que sustenta o meio cinematográfico, os longas nigerianos começaram a atrair o interesse da crítica. O grande fluxo de longas-metragens nigerianos para Gana, associado ao fato de ser uma indústria mais desenvolvida que a do vídeo popular neste país - causou um profundo impacto no mercado regional ganense.

Nollywood pode ser encarada como a principal ameaça para a sobrevivência do cinema local em Gana. Com um mercado mais amplo e definido, aliado a uma forte moeda, *videomakers* nigerianos conseguem preços mais competitivos que seus vizinhos em Gana. Sem contar com o apoio do estado, produtores ganenses lucram mais importando vídeos nigerianos do que produzindo os seus próprios. A crescente e incontrolável pirataria de longas-metragens nigerianos agravou a situação dos produtores ganenses.

É certo que países desenvolvidos ainda dominam o mercado global de produtos criativos e, infelizmente, a grande maioria dos países em desenvolvimento ainda não é capaz de atrelar sua capacidade criativa ao desenvolvimento. Na África, por exemplo, apesar da abundância de talentos criativos, este potencial permanece subutilizado. A participação do continente no comércio global de produtos criativos é de menos de 1% das exportações mundiais, apesar de um nítido crescimento. Como no caso de outras regiões em desenvolvimento, o quadro reflete tanto a fraqueza de políticas nacionais quanto uma tendência sistêmica global.

Nesse contexto, não nos surpreende que talentos criativos na África sejam atraídos para os centros de produção e mercado das indústrias inovadoras de países desenvolvidos. Sem um reforço das indústrias locais que apoiem estes talentos, não há nenhuma razão para acreditar que esta tendência mudará nos países africanos.

A produção cinematográfica em Gana, após a independência, pode ser entendida como uma ferramenta utilizada para preservar tradições culturais e evitar representações estereotipadas da África e dos africanos. *Ghana Film Industry Corporation* (GFIC) atuou como um sistema tutelar para cineastas, centralizando o apoio a projetos cinematográficos. Essa instituição possuía os equipamentos de filmagem e controlava a importação de filmes, além da formação de todos os que trabalhavam no setor no país.

Mas se filmes representavam o otimismo e a promessa de uma verdadeira nação ganense, então o vídeo representou a impossibilidade desta realização. Em Gana, assim como na Nigéria, a década de 1980 testemunhou uma mudança paradigmática na área cinematográfica, já que o financiamento e o gerenciamento da produção estatal foram substituídos por redes descentralizadas e não oficiais, que operavam completamente fora do âmbito estatal. As transformações estruturais que levaram ao fim da produção cinematográfica nacional refletem, claramente, tendências globais.

Em Gana, os primeiros *videomakers* não tinham expertise na área de produção cinematográfica ou televisiva e nenhuma ligação com produtoras ou com a academia. Na realidade, eram associados com a reprodução comercial de vídeo e entraram na área como espectadores e consumidores.

Em 1987, quando William Akuffo produziu e exibiu *Zinabu*, um longa-metragem filmado em VHS, a produção de filmes em Gana estava totalmente paralisada, enquanto ganenses viam filmes americanos, indianos e chineses. Neste mercado, um longa-metragem em vídeo, feito por um ganense e exibindo ganenses em locações regionais foi um completo *hit*. O sucesso deste *case* estimulou outros não profissionais a entrar na área de vídeo produção. Em apenas cinco anos, mais de trinta longas foram lançados em Gana.

Os primeiros anos de vídeo produção vieram acompanhados de reorientações na área, no sentido de se buscar produções mais profissionais e uma indústria melhor organizada e regulamentada, devido – entre outros fatores – ao sucesso das produções de vídeo independentes, a privatização da Agência Cinematográfica Nacional, a decisão da nova produtora, GAMA, em produzir vídeos ao invés de



filmes, e a criação de TV3, a primeira emissora de TV privada em Gana.

A indústria parecia estar prosperando. Em 2000, filmes em vídeo nigerianos claramente exerciam pressão no mercado local, mas a produção ganense permanecia ativa com 49 realizadores registrados na *Film and Video Producers Association*. Destes, mais de 15 produziam vídeos regularmente.

Em 2005, os filmes nigerianos quase destruíram a produção local. Muitos produtores tornaram-se camelôs, comercializando cópias em VHS ou VCD de longas nigerianos, já que um distribuidor poderia comprar os direitos ganenses de um filme nigeriano por cerca de 8 milhões de cedís (US\$ 1.000), enquanto que para produzir um longa-metragem ganense, ele teria que investir ao menos 60 milhões de cedís.

Distribuidores, que antes compravam os direitos de duplicação de produtores nigerianos e copiavam os vídeos em Gana, agora viajavam para a Nigéria para comprar grandes quantidades de vídeo cassetes e levá-los para evitar os custos de duplicação. Claramente, um fraco sistema de leis antipirataria fez com que muitos distribuidores ganenses não tivessem nenhum incentivo para comprar os direitos dos vídeos. Os vídeos nigerianos entravam livremente no país – assim como cópias de vídeo cassete de filmes de Hollywood ou Bollywood, e eram facilmente pirateados. Paralelamente, TV3 parou de comprar os direitos de longas ganenses e GAMA filmes estancou sua própria produção de filmes.

Assim como na Nigéria, os vídeos eram produzidos de forma mais rápida, com menor custo possível. A produção de 2005, *Amsterdam Diary*, de Socrate Safo foi gravada em seis dias. As equipes são pequenas e muitos diretores atuam como operadores de câmera.

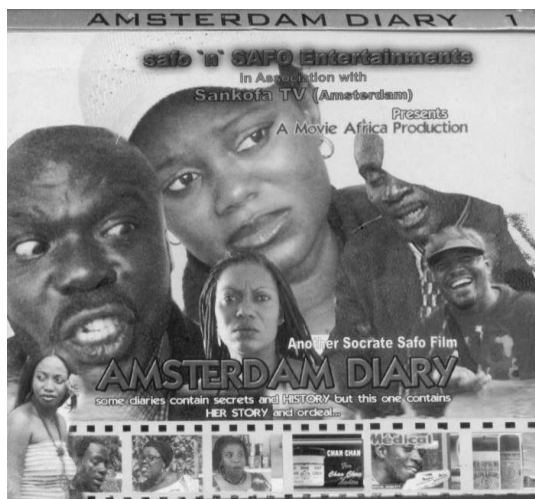


Imagem 1: Cartaz do filme *Amsterdam Diary*, de Socrate Safo (2005)

Até muito recentemente, os vídeos de Gana não eram exibidos em museus ou festivais internacionais. O sistema de distribuição valia-se dos existentes canais comerciais informais e distribuidores de varejo de produtos complementares, isto é, lojas de eletrônicos, supermercados, etc. Assim como qualquer outra commodity, dispostos ao lado da farinha de trigo “Fufu” e da pasta de amendoim em algum pequeno armazém, as indústrias nigeriana e ganense contribuíram (e contribuem) significativamente para o PIB nacional.

O CINEMA NIGERIANO CONTEMPORÂNEO

Em janeiro de 2019, *Lionheart*, filme dirigido e estrelado por Genevieve Nnaji, uma das maiores representantes do *star system* de Nollywood, estreou mundialmente na Netflix. Lançado na edição do ano anterior do Toronto International Film Festival (TIFF) no Canadá, *Lionheart* entra para a história do cinema nigeriano como o primeiro filme “original” Netflix, estando *online* na rede de *streaming* antes mesmo de ir para o circuito das salas de cinema.³ Para além de um marco histórico, o filme aponta os sintomas das transformações contemporâneas ocorridas na indústria cinematográfica nigeriana tanto

³ É preciso ressaltar que *Lionheart* não é o único filme de Nollywood presente na plataforma, mas é a única produção Original Netflix.

pela prioridade de veiculação na internet em uma plataforma com mais de 100 milhões de assinantes, como também por ter feito seu *début* em um festival de cinema internacionalmente reconhecido.



Imagem 2: Cartaz do filme *Lionheart*, tal como aparece na plataforma de streaming *Netflix*.

Mais de vinte e cinco anos depois da revolução no modo de produzir filmes, Nollywood permanece de algum modo na vanguarda da indústria, mostrando sinais de adaptação aos novos - e ainda incertos - tempos do cinema. Contudo, a história do cinema nigeriano contemporâneo é um caminho longo, marcado por uma imensidão de críticas, controvérsias e crises. Traçamos aqui um esboço desta trajetória, no intuito de apresentar ao público uma imagem atual de Nollywood.

A Nigéria tem 120, 130 talvez 150 milhões de habitantes. Uma em cada cinco pessoas negras no mundo é nigeriana. Um em cada quatro africanos é nigeriano. (...) E para um grupo assim tão grande não ter nenhum tipo de conexão com uma produção audiovisual que se relacione com ele, havia uma brecha no mercado. (JEDLONKSI, 2015, 78).⁴

Igwe, um dos pioneiros na produção de vídeos que se convencionou chamar Nollywood e atualmente diretor da *Nollywood*

⁴ JEDLONKSI, 2015, p. 78.

Global Media Group,⁵ afirmava, então no mesmo documentário, claramente as linhas gerais que por muito tempo seriam as marcas dos vídeos nigerianos: “Não podemos ir para as escolas de cinema em Los Angeles, mas podemos contar nossas histórias com nossos filmes. A fotografia é péssima, a atuação é horrível, mas são nossas histórias” (JEDLONKSI, 2015, p. 78).

De fato, no início dos anos de 1990,⁶ quando os primeiros vídeos filmados diretamente em VHS - fator definitivo para o barateamento da produção e sua subsequente popularização - surgiram, as narrativas presentes nos filmes tinham seus enredos arraigados nas culturas locais. Histórias igbo, yoruba, haussá, fulani etc., muitas vezes faladas também no pidgin nigeriano (equivalente à língua crioula de outros países colonizados por europeus). Com temas permeados de situações do cotidiano das vidas e dos imaginários, misturando histórias de amor, corrupção, feitiçaria, cristianismo, adultério, a diferença entre as dinâmicas do campo e cidade, exploração do trabalho e desigualdades sociais, os vídeos se tornaram imensamente populares, sendo consumidos massivamente pelas populações dos diferentes estados nigerianos.

Não é só em virtude do suporte material empregado para a realização dos filmes que se consagrou chamar a produção de Nollywood de *vídeos*. Há também uma diferença estética na gênese da proposta dos filmes que proporcionou essa diferenciação. Diferentemente de outras produções de vídeos digitais do continente africano, que sempre buscaram disfarçar ou compensar as diferenças entre filmar em película e as imagens digitais, os realizadores dessa geração que surge no início dos anos de 1990 na Nigéria integra a estética do vídeo ao modo de realização cinematográfica. Um dos precursores de Nollywood, Kenneth Nnebue, por exemplo, tirava proveito da leveza da câmera e da facilidade do registro direto para imprimir movimentos e ritmos bem próximos aos das realidades

⁵ Segundo Alejandro Jedlowski, o uso do termo Nollywood foi criticado por intelectuais e realizadores nigerianos e atualmente é usado para se referir somente à indústria de vídeos do sudeste da Nigéria, que produz filmes em inglês, em ordem para diferenciar de outros segmentos da indústria cinematográfica produzindo filmes nas línguas locais. (JEDLONKSI, 2015, p. 78).

⁶ De um modo geral, a bibliografia especializada na produção de filmes de Nollywood, marca o começo dessa indústria cinematográfica com o lançamento de *Living in Bondage* em 1992, filme dirigido por Chris Obi Rapu e escrito por Kenneth Nnebue e Okechukwu Ogunjiofo que, além de atuar, era o produtor do filme.

cotidianas. Menos que uma opção, e mais fruto do improviso por conta da carência de recursos, fato é que as deficiências passaram a integrar as formas narrativas, sendo a quantidade de filmes lançados mais importante que a qualidade presente em cada vídeo. O crítico e estudioso de cinema africano Manthia Diawara, em *A abordagem narrativa ao cinema popular de Nollywood*, artigo publicado em 2011, parafraseia Frederic Jameson em uma análise sobre o filme *Um dia de cão* (1975) e afirma que “aquilo que é bom em Nollywood é o que tem de mau e, inversamente, - o que nele é mau torna possível a emergência de um cinema africano vibrante e autêntico” (DIAWARA, 2011, p.73).

Assim, a eclosão dos vídeos nigerianos trazia também como característica a baixa qualidade técnica (com problemas que iam da continuidade das cenas, ao som, iluminação e atuação), juntamente com roteiros permeados de estereótipos reiteradamente negativos sobre as culturas africanas e também permeados de proselitismo cristão. Diawara comenta o quanto esses problemas presentes nos filmes atraíram uma gama imensa de detratores, a exemplo do dramaturgo e crítico literário nigeriano Femi Osofisan, para quem “com os vídeos de Nollywood, os nigerianos já não precisam mais de filmes racistas e de estilo ‘Tarzan’ vindos da Europa e da América para criarem imagens estereotipadas de si próprios. ” Segundo Diawara, Osofisan foi enfático ao afirmar que “Nollywood faz com que todos africanos pareçam canibais, atolados em bruxaria e que se pense que só o Cristianismo poderá salvar a África”, tendo inclusive, usado o termo “Tarzanismo” ao se referir aos vídeos. E mais, “criticou também os atores de Nollywood por falarem com pronúncia inglesa e americana e por branquearem a pele para parecerem estrangeiros na Nigéria” (DIAWARA, 2011, p.66-67).

Entre os argumentos centrais a favor dos vídeos reside a ideia que estes seriam “a expressão autêntica das identidades do país”, como afirma a produtora e escritora Françoise Balogun. (BALOGUN, 2007, p.197). Cineastas como Jeta Amata, Tunde Kelani e Charles Novia corroboram a defesa de Balogun, acrescentando inclusive que “Nollywood deveria ser saudado por contar histórias africanas com as quais todos podiam se identificar” (DIAWARA, 2011, p.67). No decorrer de sua entrevista mencionada anteriormente, Charles Igwe nos fornece uma visão interessante dos problemas acerca da qualidade técnica, narrativa e estética dos filmes. Diz o produtor:

O mercado estadunidense definiu o padrão para a maioria das pessoas. Eles são possivelmente os mais avançados no mundo. E isto é consenso. Mas meu povo diz: 'você não pode ser o mais alto e o mais baixo ao mesmo tempo. É preciso decidir'. Então, deixemos eles com o lugar de melhores do mundo, com a maior fatia do mercado. Mas há outros espaços a serem ocupados e nós estamos satisfeitos em ocupar esses espaços. (JEDLONKSI, 2015, p. 78).

Como veremos a seguir, esses espaços foram efetivamente preenchidos pelo cinema popular da Nigéria, outro nome dado aos vídeos de Nollywood, não só em escala local, mas também atingindo proporções mundiais.⁷

NOLLYWORLD, AS DIMENSÕES TRANSNACIONAIS DO CINEMA DA NIGÉRIA

Considerando os desafios contemporâneos de Nollywood, voltemos para *Lionheart* no intuito de pensarmos sobre as transformações estéticas e narrativas que, de um modo geral, podemos afirmar que o filme representa. Começemos por analisar o que significa a estreia do filme no festival de Toronto. De pronto, salta aos olhos o distanciamento dos primeiros tempos da indústria, quando os filmes eram feitos com base em baixíssimos orçamentos (em média 10 mil dólares) e pouquíssimo tempo (em média uma semana, nunca a produção atingindo um mês), e destinados ao público local, que recebia os vídeos para consumo quase imediatamente após a finalização. Ao ser exibido em um festival internacional renomado como o TIFF, *Lionheart*, que não é o primeiro filme de Nollywood que visa de saída esse tipo de circulação internacional fora do continente, distancia-se da marca da má qualidade que caracterizavam vídeos de Nollywood até meados dos anos 2000.

O ponto de partida para compreendermos as transformações que levaram reside, em parte, na exaustão da fórmula baseada na exploração de narrativas em diálogo com as culturas locais em virtude da produção massiva de vídeos – mais de 500 por semana – aliados a uma ausência de regulamentação do mercado de circulação e

⁷ Tanto que posteriormente, após meados dos anos 2000, alguns estudiosos chamaram o cinema popular da Nigéria de cinema popular africano, como se pode ler mais adiante no texto.

distribuição dos vídeos, minado pela pirataria descontrolada. Mas como dizem Matthias Krings e Onookome Okome, a pirataria é “ao mesmo tempo a explosão e o veneno (*boom and bane*)” do cinema popular nigeriano (KRINGS e OKOME, 2015), pois é esse mesmo descontrolo que faz com que Nollywood atinja essa a dimensão transnacional, tornando-se uma febre tanto na diáspora quanto em outros países do continente. Graças a informalidade na distribuição, as cópias piratas dos filmes circularam pelo mundo desde meados dos anos de 1990 e “paradoxalmente, o reconhecimento internacional do sucesso de Nollywood coincidiu com a pior crise já enfrentada pela indústria” em meados dos anos 2000 (JEDLOWSKI, 2013, p.26).

Deste modo, constatando que o mercado interno estava exaurido e perdendo cada vez mais o interesse da população nigeriana, alguns diretores voltam-se para o mercado internacional, estabelecendo novos modos de produção que acarretaria também em transformações dos filmes. No ano de 2007, com os lançamentos de *The Amazing Grace*, de Jeta Amata, *Irepada* de Kunle Afolayan e *Through the Glass* de Stephanie Okereke, tem início uma “nova onda no cinema nigeriano” (JEDLOWSKI, 2013, p.37). Segundo Jedlowski, esses filmes representam três níveis diferentes nos quais a transnacionalização transformou a indústria de vídeo na Nigéria, a saber, modos de produção, público e padrões narrativos e estéticos.

Partindo de uma experiência prévia do diretor na realização de um documentário para a BBC com o ator inglês Nick Moran e com a produtora Alicia Arce, Jeta Amata repetiu a parceria para a realização de *The Amazing Grace*. O filme foi desenvolvido desde o início com a proposta de levar a indústria para um novo nível, com a melhoria dos padrões técnicos (tendo sido filmado em película), visando o público internacional e a exibição em festivais. Assim, em 2006, já na pré-produção do filme, participou do ambiente de mercado do festival de Cannes, na França.

Irepada de Kunle Afolayan, seguindo a mesma proposta de transformação das produções locais, torna-se o primeiro filme a ter um lançamento num circuito *mainstream*. O filme teve seu *début* nos cinemas Odeon na Inglaterra, tendo sido o primeiro também que teve o lançamento em DVD meses depois do início da circulação nas salas de cinema. Além disso, circulou em alguns festivais internacionais de cinema, abrindo caminho para o filme seguinte do diretor, *The Figure*

(2009) e para outras produções de médio ou alto orçamento filmados digitalmente e voltados para atingir simultaneamente os mercados locais, pan-africanos e diaspóricos.

Já Stephanie Okereke com *Through the Glass* adiciona outros elementos a esta receita que viria a se tornar responsável por um novo florescimento na indústria cinematográfica nigeriana: agora, além de financiamentos e circuitos, também os enredos, equipe e as locações passavam a ser transnacionais. *Through the Glass* é uma comédia que se passa em Los Angeles, nos EUA, obteve 10 milhões de nairas (algo em torno de 65 mil dólares) de *box office* em três semanas após seu lançamento em poucas salas na Nigéria, apontando ainda para outro fator que marca este momento: o *revival* do hábito de assistir filmes nas salas de cinema. Em realidade, essas transformações colaboraram para dar uma nova vida ao circuito de exibição em salas que havia sido praticamente extinto com o *boom* dos home vídeos. A partir desse período, algumas salas (sobretudo no formato multiplex) foram construídas em Lagos e em outras cidades do país.

É a este momento que Diawara se refere ao afirmar que uma característica dos filmes de Nollywood atualmente é que são histórias “bem contadas”. Contemporaneamente, diz ele, Nollywood apresenta produções com grandes orçamentos, com narrativas conduzidas por estrelas, o famoso *star system* nigeriano, e não pela mão pesada e didática do realizador. A crescente dinâmica articulando grandes orçamentos com as atuações de atores e atrizes já consagrados na indústria em filmes destinados a mercados mais amplos, conduziram a um afastamento gradual das conexões explicitamente locais. Gradualmente, juntamente com a eliminação dos graves erros de continuidade, luz e som, e suavização nas interpretações e roteiros linearmente mais articulados, os filmes foram adquirindo um aspecto cada vez mais *universal*. As histórias que antes eram claramente *ibgo* ou *haussá*, agora poderiam se passar em qualquer lugar do continente, como diz Diawara:

Pelo menos aparentemente, os filmes de Nollywood tentam ser histórias africanas universais, sem nenhum indicador visível de identidade étnica ou da presença de um autor. Nollywood mergulha o espectador em narrativas que são tecidas por uma mão invisível, onde as únicas coisas que parecem

interessar são as funções das ações e palavras das personagens e a direção dos seus olhares” (DIAWARA, 2011, p. 65)

O crítico maliano vai além, e afirma que Nollywood pode mesmo reivindicar ser a referência de um novo imaginário social no continente africano, “um novo abastecedor de *habitus* – em termos linguísticos da linguagem corporal e do modo de vestir – e um espelho das nossas fantasias de fuga aos problemas econômicos e sociais.” Em mais uma paráfrase, diz Diawara “Há um ditado num filme de Nollywood (*Top secret*) que diz: ‘o rosto é o espelho da mente’, [...] eu diria que o vídeo de Nollywood se tornou o espelho da África” (DIAWARA, 2011, p.69).

A mudança em direção ao universal, ou ainda, se aceitarmos a afirmação de Diawara de Nollywood como “espelho da África”, nos permite compreender como esse processo se relaciona com o contexto da produção e distribuição dos filmes e, ainda, torna possível perceber como mais que um reflexo, Nollywood se tornou um modelo para África e suas diásporas. Mesmo quando não há identificação direta com os filmes, os padrões reiterados no cinema Nollywoodiano causam fascinação pela sua alteridade em plateias que não reconhecem como seus, esses traços culturais como a crença e presença cotidiana de práticas e de um imaginário sobre a feitiçaria e magia; a libertação através do Cristianismo; as representações da vida na cidade associadas a mansões e carros de luxo, etc. Nollywood, portanto, se mostra capaz de ter diferentes conexões com as diversas plateias dentro e fora do continente. É o que nos indicam lançamentos mais recentes como *Dry* (2015) dirigido e protagonizado por Stephanie Okereke Linus, e *Alter Ego* (2017), dirigido por Moses Inwang e protagonizado pela também superestrela Omotola Jalade Ekeinde. Filmes que circularam e foram premiados em contextos nacionais e internacionais.

Essa tendência transnacional é também acompanhada por outras indústrias, como por exemplo, no caso anteriormente mencionado de Gana. Na edição de 2017 do *African International Film Festival*, o AFRIFF, festival que acontece em Lagos e que também surge nesse contexto de mudança do cinema nigeriano

contemporâneo,⁸ dois longas metragens ganenses estavam na competição principal: duas comédias românticas, com elencos transnacionais e orçamento relativamente abastado. *Keteke*, filme dirigido por Peter Sedufia, cuja trama se passa nos anos de 1980, narrando as dificuldades de um casal em se deslocar do interior de trem (*keteke*) para o centro urbano mais próximo para que a mulher – que está no final da gravidez – possa ter o bebê. A atriz Lydia Forson ganhou o prêmio de melhor atriz por sua atuação.⁹ Outro destaque foi *Potato Potatho* (2017), filme dirigido pela cineasta Shirley Frimpong-Manso, contando com a famosa atriz nigeriana Joke Silva no elenco, que narra as desventuras de um casal que se divorcia, mas segue convivendo na mesma casa.

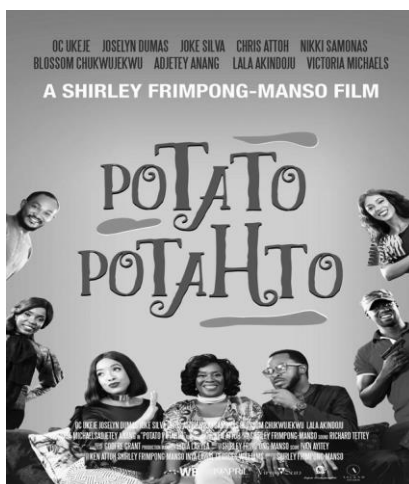


Imagem 3: Cartaz do filme *Potato Potatho* (2017), de Shirley Frimpong-Manso

CINEMA NIGERIANO, PARA ALÉM DE NOLLYWOOD

O sucesso dessa nova geração de Nollywood, contudo, tem também seus críticos, pois as mudanças estéticas e narrativas, por

⁸ O AFRIFF teve sua primeira edição em 2010 e, em 2017, o cineasta nigeriano radicado em Paris, Newton Aduaka assumiu o cargo de diretor artístico imbuído da missão de tornar o festival cada vez mais pan-africano, ou seja, deixando de ser quase que exclusivamente dominado pelos filmes de Nollywood.

⁹ Ela também foi indicada para o prêmio de melhor atriz da African Movie Academy Award.

mais que tenham se ajustado a parâmetros mais globais, seguem ainda permeadas de estereótipos e situações fílmicas que se tornaram clichês nessas produções. São estas pasteurizações que motivam o surgimento de um coletivo em Lagos chamado *Surreal 16*. Criado pelos jovens realizadores C. J. Obasi, Abba T. Makama e Michael Omonua, o coletivo, que conta com a colaboração do diretor de fotografia Baba Agba e da atriz Valerie Dish, surgiu em 2016, daí o 16 presente no nome. Inspirados pelo movimento do cinema dinamarquês, *Dogma 95*, criado por Lars Von Trier e Thomas Vinterberg, o *Surreal 16* lançou um manifesto no qual pleiteia a existência de um cinema nigeriano para além de Nollywood.

Trata-se de uma defesa do cinema autoral, tendo como referências cineastas como Ola Balogun, Eddie Ugbomah, Jab Adu, Moses Olaiya e Herbert Ogunde, bem como de uma crítica à indústria cinematográfica do país, dominada pelo padrão Nollywood de fazer filmes. No combate a esse padrão, o coletivo estabelece regras em seu manifesto, como por exemplo, não fazer filmes sobre casamentos, evitar comédias românticas e melodramas, bem como propagandas religiosas e sotaques em inglês britânico e estadunidense. A frase “To God be the Glory” (Que Deus seja a Glória) também está proibida nos finais dos filmes. Estimula-se a produção de filmes de gênero e também do uso das línguas locais, assim como a exploração de temas genuinamente africanos e nenhuma censura. Ainda, entre as regras, está o uso obrigatório de “elementos do surrealismo”, colocando assim a proposta do *Surreal 16* em diálogo com as estéticas afrofuturistas.

A prática dos preceitos propostos pelo coletivo pode ser vista nos primeiros curtas dos diretores que o criaram, com destaque para o trabalho de C. J. Obasi que, além de ter seu último curta-metragem *Hello, Rain* (2018) exibido em alguns festivais internacionais e ter participado de alguns laboratórios criativos, como o do British Film Institute, na Inglaterra, e do Ouaga Film Lab, em Burkina Faso, também integrou a equipe de roteiristas de *Lionheart*. Recentemente, foi contemplado por um fundo europeu para desenvolvimento do roteiro de seu primeiro longa-metragem,¹⁰ *Mami Wata*. Obasi declarou nas redes sociais: “Vida longa ao cinema independente nigeriano!” Não resta dúvida que estes jovens possuem o fôlego

¹⁰ *Less is more* - LIM, Programa europeu para desenvolvimento de longas metragens de baixo orçamento.

necessário para aticar novos desdobramentos na indústria nigeriana, quiçá escrevendo um novo capítulo, para além de Nollywood.



Imagem 4: Cartaz de *Hello, Rain* (2018), de C. J. Obasi
CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento e a ascensão da indústria cinematográfica baseada no vídeo na Nigéria, a chamada Nollywood, são respostas criativas para atender às necessidades culturais da atual sociedade africana. O inovador método nigeriano de lidar com a falta de recursos para a produção, obstáculos para a distribuição e exibição e a necessidade de atender ao gosto do público local e particularmente encontrar um modo de tornar os preços acessíveis para a população é, sem dúvida, um caso de sucesso que certamente vai inspirar outros países em desenvolvimento. No entanto, os desafios colocados não devem ser subestimados.

Passos positivos dados pelos Governos de Gana e Nigéria para criar um ambiente favorável à indústria são evidências de como países em desenvolvimento começaram a se beneficiar do dinamismo da economia criativa e desenvolver políticas para o fortalecimento da indústria.

Gana e Nigéria são também exemplos de como novos modelos de produção e comercialização surgem como alternativas, e como países em desenvolvimento podem fortalecer suas capacidades

criativas para gerar desenvolvimento. Estes países estão incorporando ferramentas tecnológicas para criar sua própria rede de produção, distribuição e consumo da cultura, distante dos setores regulamentados da produção cultural.



REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, Chris e Ford, Heather. *The African Digital Commons: a Participant's Guide*. Johannesburg, Wits University, 2005.

BALOGUN, Françoise. “A explosão da videoeconomia: o caso da Nigéria”. In MELEIRO, Alessandra. “Cinema no mundo: indústria, política e mercado”. Vol. I: África, São Paulo, Ed. Escrituras, 2007.

DIAWARA, Manthia. “A abordagem narrativa ao cinema popular de Nollywood”. In DIAWARA, Manthia. DIAKHATÉ, Lydie. *Cinema Africano: novas formas estéticas e políticas*. Porto: Sextante Editora, 2011, pp. 59 - 77.

GARRITANO, Carmela. *Ghanaian Video Goes Global: An Itinerant Cinema of Exile*. Paper apresentado na 2007 SCMS Conference (Society for Cinema and Media Studies), Hilton Chicago, Chicago, 2007.

JEDLOWSKI, Alessandro. "Film Marketing in Nollywood". In MINGANT, Nolwenn, TIRTAINE, Cecilia, AUGROS, Joël. *Film marketing into the Twenty-first century*. London: BFI Palgrave, 2015, pp. 76-79.

_____. "From Nollywood to Nollywood". In KRINGS, Matthias, OKOME, Onookome. *Global Nollywood: the transnational dimensions of an African video film industry*. Bloomington: Indiana University Press, 2013, p.25-45.

KRINGS, Matthias, OKOME, Onookome. *Global Nollywood: the transnational dimensions of an African video film industry*. Bloomington: Indiana University Press, 2013.

MELEIRO, Alessandra. "*Cinema no mundo: indústria, política e mercado*". Vol. I: África, São Paulo, Ed. Escrituras, 2007.

SALL, Alioune; SEGOBYE, Alinah; NKWI, P. Nchoji; DAVA, Fernando. *Cultural indicators: views from Africa*. UNESCO/ OCPA/ Fundación Interarts/ Fórum Barcelona 2004/ African Futures Institute. Maputo, 2004.

SMITH, Haydn. *International Film Guide 2008*, 44th Edition, Wallflower Press, London, 2008.

United Nations/ UNCTAD. *Creative Economy Report 2008: the challenge of assessing the Creative Economy: towards informed Policy-making*, 2008, Genebra.

UNESCO Institute for Statistics. *International Survey on Feature Film Statistics*. Montreal: UIS, 2009.

Recebido em 22/02/2019

Aprovado em 23/03/2019