

# V ENECULT

QUINTO ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura

27 a 29 de maio de 2009

Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

## O IMPACTO DAS INDÚSTRIAS CINEMATOGRAFICAS DE GANA E NIGÉRIA NAS AGENDAS POLÍTICAS AFRICANAS

Alessandra Meleiro<sup>1</sup>

### Resumo

A indústria cinematográfica nigeriana, Nollywood, é hoje a terceira maior indústria cinematográfica do mundo, vindo na sequência de Hollywood e de Bollywood. Nollywood produz mais de 1.005 filmes em vídeo anualmente. Há no país mais de 500.000 distribuidoras e locadoras de vídeo, criando centenas de empregos como resultado do *boom* na indústria. Baseados neste *case*, outros países da África começaram a reconhecer o potencial do setor cultural para diminuição da pobreza e geração de empregos.

**Palavras-chave:** políticas culturais: África; economia do audiovisual; indústria cinematográfica: África.

A indústria cinematográfica nigeriana, Nollywood, é hoje a terceira maior indústria cinematográfica do mundo, ficando atrás de seu concorrente americano – Hollywood - e indiano - Bollywood. Somente em 2007, foram produzidos mais de 2 mil títulos, e no período de 1997-2005, 6.221 filmes foram lançados. Destes, 50% foram exportados de forma não oficial. Há no país mais de 500.000 distribuidoras e locadoras de vídeo, criando centenas de empregos como resultado do *boom* na indústria. O tamanho potencial da indústria cinematográfica nigeriana tem sido estimado em mais de US 2,75 bilhões.

O forte impacto econômico, social e cultural da indústria cinematográfica na Nigéria é atualmente um dos eixos centrais do programa governamental *Heart of África*, 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

---

<sup>1</sup> Pós-doutoranda em Film Studies pela University of London e Pesquisadora Cebrap (Centro Brasileiro de Análise e Planejamento – [www.cebrap.org.br](http://www.cebrap.org.br)). Presidente Instituto Iniciativa Cultural ([www.iniciativacultural.org.br](http://www.iniciativacultural.org.br)). [ameleiro@iniciativacultural.org.br](mailto:ameleiro@iniciativacultural.org.br)

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 infra-estrutura de produção, distribuição e exibição;
- ausência de oportunidades de financiamento para a indústria;
- formação inadequada dos profissionais da indústria;
- fragmentação da indústria;
- falta de dados da indústria para planejamento de políticas públicas.

O governo, reconhecendo o potencial da indústria cinematográfica para o desenvolvimento do país, avançou em importantes áreas, como:

- Reestruturação institucional e reorganização das agências governamentais relevantes para a indústria;
- Criação de um ambiente político necessário para o crescimento da indústria;
- Programa de formação e profissionalização do setor;
- Promoção da indústria cinematográfica nigeriana;
- Criação de infra-estrutura e de um fundo de apoio à indústria.

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. Conseqüentemente, o potencial do mercado cultural africano ainda está por ser percebido. Esta coordenação requereria 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 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.

## **Trajetória**

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 sub-Sahariana, 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 platéias 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 a 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 video-locadoras privadas surgiram em Accra, a capital da cidade, para atender a crescente demanda dos consumidores.

A exibição em vídeo começou como um fenômeno urbano, mas estendeu-se por pequenas cidades do país, assim como outras regiões da África Ocidental. Em 1989, *videomakers* nigerianos começaram a produzir longas em vídeo, primeiramente em Yoruba, e logo em Igbo, Hausa 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 têm cruzado suas fronteiras nacionais e se tornado global. Eles são vendidos em websites, veiculados via satélite e vendidos em pequenas videolocadoras que atendem 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 interesse da crítica. O grande fluxo de longas-metragens nigerianos para Gana, associado ao fato ser uma indústria mais desenvolvida que a indústria 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. Entretanto, 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 criativas de países desenvolvidos. Sem um reforço das indústrias locais que apóiam estes talentos criativos, 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 cinematográfica 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, o desaparecimento de produtoras nacionais foi seguido pela reprodução de vídeos e a entrada de tecnologias de exibição. VCRs promoveram uma nova infra estrutura tecnológica que, inicialmente, incentivou a economia da pirataria. 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 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 video-makers 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 de 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 cedis (US\$ 1.000), enquanto que para produzir um longa-metragem ganense, ele teria que investir ao menos 60 milhões de cedis.

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 anti-pirataria levou a 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 video cassette 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.

Os vídeos são produzidos o mais rapidamente e 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.

Os vídeos de Gana não são exibidos em museus ou festivais internacionais. O sistema de distribuição vale-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, a indústria nigeriana e ganense contribui significativamente para o PIB nacional.

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.

## **REFERÊNCIA**

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

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.

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

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

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

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

Cultural Indicators: views from Africa. Forum Barcelona, 2004