



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEAS

ANA CAMILA DE SOUZA ESTEVES

“DA ÁFRICA PARA O MUNDO”:
OS DILEMAS DA PRODUÇÃO E DA DIFUSÃO DOS CINEMAS
AFRICANOS PARA AUDIÊNCIAS GLOBAIS A PARTIR DA ENTRADA
DA NETFLIX NA NIGÉRIA

Salvador
2022

ANA CAMILA DE SOUZA ESTEVES

**“DA ÁFRICA PARA O MUNDO”:
OS DILEMAS DA PRODUÇÃO E DA DIFUSÃO DOS CINEMAS
AFRICANOS PARA AUDIÊNCIAS GLOBAIS A PARTIR DA ENTRADA
DA NETFLIX NA NIGÉRIA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Orientador: Prof. Dr. José Francisco Serafim

Salvador
2022

Esteves, Ana Camila de Souza.

“Da África para o mundo”: os dilemas da produção e da difusão dos cinemas africanos para audiências globais a partir da entrada da Netflix na Nigéria / Ana Camila de Souza Esteves. – 2022.

214 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. José Francisco Serafim.

Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2022.

1. Cinema africano. 2. Cinema - Nigéria - Distribuição. 3. Cinema - Nigéria - Comercialização. 4. Indústria cinematográfica - Nigéria. 5. Netflix (Firma). 6. Nollywood (Firma). I. Serafim, José Francisco II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. III. Título.

CDD - 791.4309669

CDU - 791.43(669)



Universidade Federal da Bahia
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

ATA Nº 1

Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 15/07/2022 para procedimento de defesa da Tese de DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS no. 1, área de concentração Comunicação e Cultura Contemporâneas, da candidata ANA CAMILA DE SOUZA ESTEVES, de matrícula 217119581, intitulada Da África para o Mundo: os dilemas da produção e da difusão dos cinemas africanos para audiências globais a partir da entrada da Netflix na Nigéria. Às 14:30 do citado dia, foi aberta a sessão online pelo presidente da banca examinadora, Prof. Dr. JOSE FRANCISCO SERAFIM, que apresentou os outros membros da banca: Profª. Dra. ALESSANDRA MELEIRO, Profª. Dra. JUSCIELE CONCEIÇÃO ALMEIDA DE OLIVEIRA, Profª. Dra. MARINA CAVALCANTI TEDESCO e Profª. Dra. MAÍRA BIANCHINI DOS SANTOS. Em seguida foram esclarecidos os procedimentos pelo presidente que passou a palavra à examinada para apresentação do trabalho de Doutorado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pela candidata, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho apresentado, sendo esta aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pelo presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

Dra. ALESSANDRA MELEIRO, UFSCAR

Examinadora Externa à Instituição

Dr. JUSCIELE CONCEIÇÃO ALMEIDA DE OLIVEIRA

Examinador Externo à Instituição

gov.br

Documento assinado digitalmente
MARINA CAVALCANTI TEDESCO
Data: 18/07/2022 19:19:45-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Dra. MARINA CAVALCANTI TEDESCO, UFF

Examinadora Externa à Instituição

Dra. MAÍRA BIANCHINI DOS SANTOS

Examinadora Externa à Instituição

Dr. JOSE FRANCISCO SERAFIM, UFBA

Presidente



Universidade Federal da Bahia

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

ANA CAMILA DE SOUZA ESTEVES

Doutorando(a)

Ana Camila Esteves

Para o meu amigo querido Mahomed Bamba
(*in memoriam*), que, com sua presença imensa,
está e sempre estará em tudo.

AGRADECIMENTOS

Escrever uma tese enquanto os corpos se amontoavam pelo mundo e enquanto o Brasil vivia diferentes camadas do seu maior pesadelo em anos foi também o meu pior pesadelo. Tenho muito a agradecer às pessoas generosas que me acolheram quando eu quase desisti – e foram muitas vezes. Agradeço a Nina Tedesco, a primeira a me conduzir pelo caminho que me levou de volta a Nollywood. Agradeço a Maíra Bianchini, que pegou na minha mão e me fez acreditar que eu realmente poderia escrever esta tese e, mais importante, que ela tem valor – nunca esquecerei o conforto desse abraço. A Jusciele Oliveira e Gabriela Almeida, minhas amigas e as melhores incentivadoras de tudo o que eu faço, um suporte emocional genuíno que muitas vezes me comoveu e segurou minha onda. E a Rodrigo Lessa, meu alicerce, meu amigo pra vida toda, meu lugar de força e conforto através do tempo – obrigada pelas leituras cuidadosas, pelo incentivo e pela ajuda real, prática e objetiva. A todas vocês, obrigada por me darem a mão e me abrirem os braços, ajudando-me a caminhar com leveza quando eu estava com todo o peso da insegurança sobre mim e me inspirando todos os dias a lembrar do que realmente importa. Obrigada por me fazerem sentir menos só.

Agradeço ao professor José Francisco Serafim, meu orientador, pela paciência com minhas idas e vindas, incertezas e inseguranças, e também por não ter desistido de mim. Agradeço aos meus colegas que, ao longo desses anos, estiveram genuinamente a postos para me ajudar a pensar a pesquisa: Thiago Ferreira (Manuca), João Araújo, Diego Haase, Glauber Lacerda, Morgana Gama, Marcelo Ribeiro. Às professoras Estrella Sendra (University of London, Inglaterra), Sheila Petty (University of Regina, Canadá), Lizelle Bisschoff (University of Glasgow) e Alessandra Meleiro (Universidade Federal de São Carlos), entusiastas do meu trabalho e da minha pesquisa e por me incentivarem tantas e tantas vezes.

Ao meu terapeuta Edson Bezerra e ao meu psiquiatra Cleo Coelho, pelo espaço seguro que me fez voltar a respirar e me salvou nos meus momentos mais vulneráveis emocionalmente nessa jornada. Ao meu querido João Munhoz, amigo que sabe ser amigo, por atravessar vários infernos bem do meu lado. A Babi e Glauber Farias, pelo cuidado, amor e generosidade, e a todas as amigas e amigos que se fizeram presentes quando eu não poderia ficar sozinha. E especialmente à minha mãe, Telma Souza, que teve que aprender a lidar com uma pessoa com depressão e com um cisto imenso no ovário esquerdo, pela paciência e pelo amor que só as mães devem ter.

Agradeço a todas as pessoas que viveram a Mostra de Cinemas Africanos comigo, ela que nasceu no período deste doutorado e representa a sorte que eu tenho de poder articular

pesquisa e trabalho de forma tão harmoniosa. Agradeço a Beatriz Leal Riesco, por sua confiança em mim e pelo tempo e amor que dedicou a tudo o que construímos juntas, especialmente nossa Mostra. A todas as minhas equipes nesses cinco anos de festival, a todos que nos apoiaram, obrigada demais! Ainda há muito por vir.

Agradeço também ao meu ex-companheiro, Adetokunbo Omoyele, a pessoa que trouxe Nollywood para a minha vida, que me fez amar esses filmes, que me mostrou o valor que eles têm para os nigerianos em diáspora como ele, que me ajudou a enxergar a indústria a partir dos seus olhos e do seu coração profundamente naija e iorubá. Fico feliz que, de tudo, foi Nollywood que ficou.

Agradeço, por fim, a sorte e o privilégio de ter escrito parte desta tese na ilha de Boipeba/BA, pelos amigos que fiz lá, pelo sopro de recomeço com gosto de água salgada. Essa ilha me salvou, trouxe-me de volta pra vida e me fez lembrar que o mar é o meu lugar. Um agradecimento especialmente carinhoso a João, Maria, Abel, Rosinha, Candido e Gilvan, por terem cuidado de mim em um momento especialmente delicado de saúde, cuidado que chegou e reverberou de várias formas. Eu amo vocês, contem comigo pra tudo – quero estar com vocês no mar da Cueira pra sempre.

Espero que esta pesquisa faça jus à confiança do meu para sempre querido Mahomed Bamba (1964-2015), que tantas vezes insistiu para que eu voltasse ao PósCom sob a sua carinhosa e dedicada supervisão, pedido que não pude atender a tempo, ainda que esse tempo tenha sido injustamente encurtado. Ele está vivo em cada momento que deveria ter sido potencializado com a sua presença imensa. De certa forma foi – obrigada por estar presente em mim e por ter me dado a honra e o privilégio de ser sua amiga. Esta tese só existe por causa de você, e eu espero que esteja orgulhoso de mim. A falta que você faz me atravessa todos os dias, e eu sei que tudo seria diferente se você estivesse aqui.

Esta tese revela um percurso tortuoso, doloroso, profundamente fragmentado, vulnerável e muitas vezes solitário. Revela também um caminho de paz com o fazer acadêmico que me atravessa, com a pesquisa feita de modo mais afetuoso e aberto. Revela um gesto de liberdade, a única forma possível de colaborar com o conhecimento de forma saudável. Estou feliz de terminar este ciclo, mais feliz ainda de começar muitos outros. Obrigada a todas e todos que não me deixaram desistir.

ESTEVEES, Ana Camila de Souza. “Da África para o Mundo”: os dilemas da produção e da difusão dos cinemas africanos para audiências globais a partir da entrada da Netflix na Nigéria. 2022. 214 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.

RESUMO

Esta tese tem como objetivo compreender de que forma a entrada da Netflix como agente de difusão de conteúdos audiovisuais mobiliza os cinemas africanos no que tange à própria ideia de “cinemas da África” para “audiências globais”, a partir da associação da empresa com Nollywood – como é conhecida a indústria audiovisual da Nigéria. Para tanto, sigo as orientações teórico-metodológicas de Pierre Bourdieu (1996) e sua noção de campo como um espaço social onde disputas são travadas para obter reconhecimento e ocupar espaços dominantes, no intuito de contextualizar Nollywood e seus principais agentes em disputa nos âmbitos da produção e da difusão de filmes no país. Ao situar a Netflix como um novo agente de impacto nesse cenário, identifico sua posição em um campo de poder sobre a Nova Nollywood e defendo que a empresa constrói uma curadoria (LOTZ, 2017) de “conteúdo africano” para públicos globais a partir de uma coleção de filmes (SOUTO, 2020) licenciados como “originais”. Analiso, portanto, a atuação da Netflix enquanto um serviço multinacional (LOTZ, 2021) para compreender como o portal empreende um projeto global sobre histórias locais (MIGNOLO, 2020), exercendo, em última instância, a colonialidade do poder (MALDONADO-TORRES, 2018; MIGNOLO, 2020; QUIJANO, 2000). Por fim, observo como essas disputas se refletem nas narrativas e nos estilos dos três primeiros filmes nigerianos licenciados como originais pela Netflix: *Lionheart* (dirigido por Genevieve Nnaji, 2018), *Por Uma Vida Melhor* (de Kenneth Gyang, 2019) e *A Lição de Moremi* (de Kunle Afolayan, 2020), com especial atenção ao lugar ocupado pelos agentes nigerianos envolvidos na produção dessas obras e suas relações com a Netflix enquanto nova agente de difusão. A análise dos três filmes revela o tipo de narrativas africanas ao qual a Netflix busca se associar (filmes de narrativa clássica, majoritariamente falados em inglês e dotados de tramas que giram em torno de mulheres africanas contemporâneas em situação de vulnerabilidade), indicando o gesto curatorial da empresa sobre a África e reiterando estereótipos ocidentais sobre o continente e seu lugar de poder e de controle sobre as imagens de África para audiências globais. Com o suporte teórico de Achille Mbembe (2019), Felwine Sarr (2019) e Valentin-Yves Mudimbe (2019), discuto a controvérsia em torno da construção de imagens da África a partir de abordagens ocidentais, o que ajuda a esclarecer a colonialidade que opera nas relações entre África e Netflix. O caminho de pesquisa revela como o projeto global da empresa sobre o cinema nigeriano acaba por aproximar este da lógica dos outros países africanos, cuja dependência dos países da Europa impede que o campo dos cinemas africanos tenha autonomia. Essa homologia revela, portanto, que a Netflix reitera a relação de poder econômico entre o Ocidente e a África, ao mesmo tempo em que destitui a Nova Nollywood do seu lugar de autonomia e dissidência.

Palavras-chave: Cinemas africanos. Colonialidade. Netflix. Nigéria. Nollywood.

ESTEVES, Ana Camila de Souza. “From Africa to the World”: the dilemmas of producing and distributing African cinemas to global audiences from Netflix’s foray in Nigeria. 2022. 214 p. Thesis (PhD in Contemporary Communication and Culture) – Faculty of Communication, Federal University of Bahia, Salvador, 2022.

ABSTRACT

This thesis aims to understand how Netflix's foray as an agent for the diffusion of audiovisual content triggers the African cinemas regarding the very idea of “films from Africa” for “global audiences” from its association with Nollywood – as Nigeria’s audiovisual industry is known. To do so, I follow Pierre Bourdieu’s (1996) theoretical-methodological guidelines and his notion of field as a social space where struggles are taken to obtain recognition and occupy dominant positions, to contextualize Nollywood and its main agents in dispute within the scope of production and diffusion of films in Nigeria. By placing Netflix as a new impact agent in this scenario, I identify its position in a field of power over New Nollywood and argue that the company builds a curatorship (LOTZ, 2017) of “African content” for global audiences from a collection of films (SOUTO, 2020) licensed as “originals”. Therefore, I analyze the core of Netflix as a multinational service (LOTZ, 2021) to understand how the portal undertakes a global project on local stories (MIGNOLO, 2020), ultimately exercising the coloniality of power (MALDONADO-TORRES, 2018; MIGNOLO, 2020; QUIJANO, 2000). Finally, I look at how these struggles are reflected in the narratives and styles of the first three Nigerian films licensed as originals by Netflix: *Lionheart* (by Genevieve Nnaji, 2018), *Òlòtùré* (by Kenneth Gyang, 2019) and *Citation* (by Kunle Afolayan, 2020), with special attention to the social positions occupied by the Nigerian agents involved in the production of these works and their relationship with Netflix as a new distribution agent. The analysis of the three films reveals the type of African narratives with which Netflix seeks to associate itself (classic narrative films, mostly spoken in English and with plots revolving around contemporary African women in vulnerable situations), indicating which is the company’s curatorial gesture on Africa, reiterating Western stereotypes about the continent and its place of power and control over images of Africa for global audiences. With the theoretical support of Achille Mbembe (2019), Felwine Sarr (2019) and Valentin-Yves Mudimbe (2019), I discuss the controversy surrounding the construction of images of Africa from Western approaches, which helps to clarify the coloniality that operates in the relations between Africa and Netflix. The research path reveals how the company’s global project on Nigerian cinema ended up bringing it closer to the logic of other African countries, whose dependence on European countries prevents the field of African cinemas from having autonomy. This homology reveals, therefore, that Netflix reinforces the relationship of economic power between the West and Africa, while at the same time removing New Nollywood from its place of autonomy and dissent.

Keywords: African cinemas. Coloniality. Netflix. Nigeria. Nollywood.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Genevieve Nnaji no vídeo promocional <i>Da África para o mundo</i> , da Netflix.....	13
Figura 2 – Montagem de capturas de tela do vídeo promocional <i>Da África para o mundo</i>	15
Figura 3 – Campo de produção cultural e campo do poder, segundo Bourdieu (1996).....	29
Figura 4 – O campo de produção do cinema no campo da indústria cultural.....	36
Figura 5 – O campo de produção do cinema africano no campo da indústria audiovisual ocidental.....	38
Figura 6 – O campo de produção do cinema nigeriano no campo da indústria cultural e da economia da Nigéria.....	39
Figura 7 – O campo de produção do cinema nigeriano no campo de distribuição de conteúdos audiovisuais em plataformas de <i>streaming</i>	40
Figura 8 – Genevieve Nnaji em <i>Lionheart</i>	132
Figura 9 – Mo Abudu.....	146
Figura 10 – Montagem a partir de capturas de tela dos filmes <i>Cinquentonas</i> , <i>Casamento às Aveças</i> e <i>Casamento às Aveças 2</i> , respectivamente.....	154
Figura 11 – Montagem a partir de capturas de tela dos filmes <i>The Royal Hibiscus Hotel</i> , <i>Papai Poderoso</i> e <i>Your Excellency</i> , respectivamente.....	155
Figura 12 – Montagem a partir de capturas de tela do filme <i>Por Uma Vida Melhor</i>	156
Figura 13 – Kunle Afolayan.....	159

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 “Da África para o mundo”?.....	13
1.2 A entrada na Netflix na Nigéria: negociações com Nollywood.....	19
1.3 Pressupostos e hipóteses da pesquisa.....	21
2 NOTAS SOBRE A METODOLOGIA	27
2.1 Indicações teórico-metodológicas para pensar o campo de produção artística.....	27
2.2 Articulações para pensar os campos dos cinemas africano e nigeriano.....	35
3 O CAMPO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DA NIGÉRIA	45
3.1 O surgimento da indústria audiovisual nigeriana: Nollywood.....	46
3.2 Disputas internas em um mesmo subcampo: Nollywood e Nova Nollywood.....	55
3.3 Mudança de paradigma sobre o audiovisual nigeriano: Nova Nollywood.....	62
3.4 Os serviços de <i>streaming</i> em Nollywood e a formação de um novo campo de poder.....	70
3.5 Limites e articulações entre Nollywood e o “cinema africano”.....	75
4 O LUGAR DA NETFLIX NO CAMPO DO PODER: PROJETO GLOBAL E ESTRATÉGIAS CURATORIAIS	82
4.1 Histórias africanas para audiências globais: dimensões da colonialidade do poder.....	85
4.2 Projetos globais de cinema e nos cinemas da África.....	91
4.3 Netflix: entre o “global” e o “multinacional”.....	103
4.4 Estratégias de programação e o gesto curatorial da Netflix.....	114
4.5 A curadoria de originais Netflix não africanos sobre a África.....	123
5 AS DISPUTAS DO CAMPO REFLETIDAS NAS OBRAS: OS PRIMEIROS “ORIGINAIS NETFLIX” DA NIGÉRIA	129
5.1 Genevieve Nnaji e as convenções da narrativa clássica: um olhar sobre <i>Lionheart</i>	131
5.2 Mo Abudu e as grandes produções da Nova Nollywood: um olhar sobre <i>Por Uma Vida Melhor</i>	143
5.3 Kunle Afolayan e um cinema autoral na Nigéria: um olhar sobre <i>A Lição de Moremi</i>	158
6 NETFLIX NA NIGÉRIA: QUE PROJETO GLOBAL?	172
6.1 Histórias “africanas” para públicos globais.....	174
6.2 Caminhos para futuros possíveis.....	180
6.3 Limites de um suposto pioneirismo.....	185
7 CONCLUSÕES	188
REFERÊNCIAS	195
FILMOGRAFIA	207
FICHA TÉCNICA DOS FILMES DO CORPUS	212
APÊNDICE A	214

1 INTRODUÇÃO

No dia 23 de junho de 2020, o portal de televisão distribuída pela internet Netflix divulgou um vídeo promocional com o título *Da África para o mundo* (DA ÁFRICA..., 2020), no qual evidencia o investimento da plataforma no audiovisual africano. Em pouco mais de dois minutos de duração, a peça publicitária coloca na tela 18 personalidades africanas¹ envolvidas com as primeiras produções originais Netflix *made in Africa*, algumas já disponíveis no catálogo naquele período, a partir de um texto que enaltece o valor e a importância de realizadores africanos contarem as suas próprias histórias.

O vídeo foi publicado em um momento no qual a Netflix aumentou consideravelmente seus investimentos de produção e de *marketing* em narrativas africanas, incluindo a contratação da queniana Dorothy Ghattuba como chefe dos “originais africanos”, responsável por recrutar ideias de séries que possam interessar à plataforma e que trabalha em paralelo ao nigeriano Ben Amadasun, diretor de conteúdo e coproduções africanas da Netflix, focado especialmente na aquisição de filmes africanos para o catálogo. Desde 2015, a plataforma vem licenciando dezenas de filmes e séries do continente (notadamente nigerianos e sul-africanos) para o seu catálogo, alguns deles negociados com exclusividade como “originais Netflix”², como os longas nigerianos *Lionheart* (dirigido por Genevieve Nnaji, 2018), *Por Uma Vida Melhor* (*Òlòtùré*, de Kenneth Gyang, 2019) e *A Lição de Moremi* (*Citation*, de Kunle Afolayan, 2020), além de lançar duas séries originais de produção sul-africana: *Queen Sono* (criada por Kagiso Lediga, 2020) e *Sangue & Água* (*Blood & Water*, de Nosipho Dumisa, Daryne Joshua e Travis Taute, 2020-).

Desde o marco do lançamento dessa publicidade, que contou com uma série de mais sete vídeos com entrevistas a todos os agentes culturais destacados (MADE BY AFRICANS..., 2020), as notícias se tornaram abundantes: não só as duas séries foram renovadas para uma segunda temporada³, como uma terceira obra seriada foi lançada e pelo menos mais duas estão em desenvolvimento – com estreia em 2021, o drama *JIVA!*, de produção sul-africana (da Blue

¹ São elas, por ordem de aparição: Genevieve Nnaji (Nigéria), Pearl Thusi (África do Sul), Malenga Mulendema (Zâmbia), Gaopie Kane (África do Sul), Chi Mhende (Zimbábue), Kagiso Lediga (África do Sul), Kunle Afolayan (Nigéria), Dorothy Ghattuba (Quênia), Bontle Modiselle Moloji (África do Sul), Nosipho Dumisa (África do Sul), Ben Amadasun (Nigéria), Ama Qamata (África do Sul), Maxwell Simba (Quênia), Akin Omotoso (Nigéria), Mo Abudu (Nigéria), Busisiwe Ntintili (África do Sul), Scottnes Smith (África do Sul) e Kate Henshaw (Nigéria).

² Os “originais Netflix” são filmes adquiridos pela plataforma com direitos exclusivos de distribuição. Tais filmes podem ser ou simplesmente licenciados de suas respectivas distribuidoras, ou produzidos (ou coproduzidos) pela própria empresa. O que os torna “originais” é o vínculo de exclusividade.

³ Por conta da pandemia da Covid-19, a segunda temporada de *Queen Sono* foi cancelada. Segundo insinuaram a Netflix e o criador Kagiso Lediga, a razão teria sido a dificuldade de filmar em diversas locações em um momento em que todo o planeta estava em *lockdown* (QUEEN SONO..., 2020).

Ice Africa), é escrito por Busisiwe Ntintili e gira em torno de uma jovem que vê na dança a esperança de uma vida melhor; a animação infantil *Mama K's Team 4*, produção também sul-africana (da Triggerfish Animation), é escrita por Malenga Mulendema, do Zâmbia, país onde a história infantil é ambientada; e uma terceira série, ainda sem título, é uma ficção científica escrita e dirigida pelo nigeriano Akin Omotoso, um dos nomes mais expressivos e experientes do cinema da Nigéria e da África do Sul, países onde atua⁴.

No dia 12 de junho de 2020, a Netflix anunciou uma parceria com Mo Abudu, uma das maiores produtoras de conteúdo audiovisual na Nigéria, sócia da gigante de entretenimento no país, a EbonyLife Media⁵. Essa parceria promete não só mais alguns filmes e séries originais Netflix nigerianos, mas um investimento especial em produções adaptadas da literatura do país: uma série baseada no romance de estreia de Lola Shoneyin, *The Secret Lives of Baba Segi's Wives* (2010), e a adaptação cinematográfica de *Death and the King's Horseman*⁶ (1975), do romancista, poeta e dramaturgo vencedor do Prêmio Nobel da Literatura em 1986, Wole Soyinka⁷.

As notícias são instigantes e promissoras, e, em um contexto de entrada da Netflix na produção audiovisual de países do Sul Global, como Brasil, México e Índia, como podemos interpretar esse investimento tão incisivo da plataforma no universo audiovisual africano? Considerando que a Netflix começou sua intervenção pela Nigéria (país com indústria audiovisual autônoma, com funcionamento próprio muito particular se comparado com outras indústrias audiovisuais no mundo, conhecida internacionalmente como Nollywood) e pela África do Sul (país com indústria consolidada e a segunda mais importante de todo o continente), quais são as estratégias da plataforma para dialogar com os contextos nacionais de produção, ao mesmo tempo em que oferece uma promessa de audiências globais? Mais

⁴ O projeto de série original dirigida por Akin Omotoso, que se previa ser uma ficção científica, acabou sendo cancelada por conta da pandemia da Covid-19, mas em 16 de setembro de 2022, o portal lançou a série original *Supervalentes*, criada e dirigida por Omotoso, porém uma produção sul-africana e não nigeriana. Ver o Apêndice A desta tese para uma lista de todas as séries e filmes originais Netflix africanos disponíveis na plataforma até a conclusão desta tese.

⁵ A EbonyLife Media é parte da empresa-mãe EbonyLifeGroup e um conglomerado de mídia que se desdobra nas subsidiárias EbonyLife TV, EbonyLife Films e EbonyLife Studios. Segundo o website da empresa, “a EbonyLife Media acredita na criação de conteúdo original e inspirador que mostra uma África pioneira e progressiva. [...] a empresa está criando conteúdo fortemente enraizado na África e conectado a uma audiência global, por meio de uma identidade compartilhada e valores comuns. A visão da EbonyLife Media é ser a contadora de histórias mais influente de uma nova África” (EBONYLIFE MEDIA, c2022, online, tradução nossa). Original: “EbonyLife Media believes in creating original and inspiring content that showcases a pioneering and progressive Africa. [...] the company is creating content that is strongly rooted in Africa and connected to a global audience, through a shared identity and common values. EbonyLife Media’s vision is to be the most influential storyteller of a new Africa”.

⁶ Ver nota 19.

⁷ Detalhes sobre a parceria foram publicados pela equipe de imprensa da Netflix (SEABI, 2020).

importante: quando o vídeo promocional mencionado anteriormente termina com a frase “produzido pelos africanos, assistido pelo mundo todo” (DA ÁFRICA..., 2020), o que exatamente está em jogo ao pensarmos em audiências globais no caso da África, um continente que há muito enfrenta imaginários e estereótipos de audiências hegemônicas? Quando a Netflix se apresenta como uma plataforma de difusão dos cinemas da África, assumindo a curadoria dos títulos que chegam ao catálogo e os roteiros das séries originais, além de escolher em quais países do continente deve investir e sob que condições, quais critérios ela mobiliza e como ela tensiona a lógica de produção e particularmente de difusão de filmes africanos na África e no mundo? O que é tensionado quando a Netflix fala de “audiências globais” nesse contexto?

No universo dos cinemas africanos, os dilemas que se configuram nesse novo cenário mobilizado pela Netflix surgem a partir de alguns eixos. Para além daquele da produção, que diz respeito às estratégias econômicas e mercadológicas da plataforma para atuar em países onde pretende crescer e se tornar referência em termos de serviços de *streaming*, existe o dilema da difusão de filmes africanos dentro e fora da África, uma problemática que atravessa a história das cinematografias do continente, marcada por grande invisibilidade nos espaços de consagração do cinema no mundo (BARLET, 2000; DIAWARA, 1992).

Com sua Nollywood, a Nigéria é conhecida como a experiência que, desde meados dos anos 1980, conseguiu construir seu público interno e orientar seus hábitos esportivos, a ponto de construir uma indústria autônoma em todas as instâncias da cadeia produtiva de cinema, incluindo seus próprios festivais, premiações e *star system*. Nollywood virou referência na própria África, onde países como Gana, República Democrática do Congo, Uganda, Tanzânia, entre muitos outros, reproduzem as dinâmicas de produção e as diretrizes estéticas de filmes de baixo orçamento e grande apelo massivo (HAYNES, 2016). A África do Sul se aproxima bastante da Nigéria em termos de lógica de produção, porém com uma indústria mais profissional e um maior investimento em filmes de gênero produzidos em estúdios, pensando em públicos massivos e alianças com veículos televisivos dentro e fora do país e do continente. No entanto, na África subsaariana, ambos os países representam exceções no que diz respeito tanto à produção como à difusão, ao lado de outros da África do Norte, como Marrocos e Egito.

Quando a Netflix recorre à Nigéria e à África do Sul como portas de entrada no continente, fica nítido o investimento em regiões de referência de consumo para as suas audiências locais como uma estratégia fundamental para o sucesso da empreitada, mas o que a Netflix de fato mobiliza nesses contextos nacionais quando promete audiências globais para os cinemas africanos? Como a ideia de “audiências globais” impacta os realizadores africanos, que há décadas lutam para que seus filmes sejam assistidos por todo o mundo? Ou os cidadãos

africanos, que gostam de ver filmes originais do seu continente em uma plataforma global, o que finalmente garante o acesso desse público a eles – já que, com a exceção dos filmes de Nollywood e similares, em geral os filmes africanos enfrentam muitos impedimentos para serem exibidos em seus respectivos países? Ou os públicos afrodiáspóricos, como no Brasil, nos Estados Unidos e na Colômbia, por exemplo, sedentos por terem acesso às cinematografias do continente como forma de se reconectar com suas referências ancestrais? Ou os africanos em diáspora pelo mundo, que podem ter acesso às produções audiovisuais do continente desde os seus países de residência e assim manterem-se afetivamente conectados através dessa prática de consumo? Uma vez que o que interessa à Netflix é manter-se como a maior plataforma de *streaming* em todo o mundo, conquistando mercados locais pouco a pouco e com estratégias econômicas contextualizadas para cada região (JENNER, 2018; LOBATO, 2019), de que forma ela tem estrategicamente se inserido no campo audiovisual africano para conquistar esse objetivo, mobilizando dinâmicas de produção e difusão de conteúdos vindos do continente? Mais do que isso, como a entrada da Netflix na África, a partir especificamente da Nigéria, impacta a cadeia de produção e difusão dos cinemas africanos de uma forma geral?

Nesta tese, proponho pensar as tensões movimentadas a partir da aliança entre África e Netflix, colocando em perspectiva as disputas contemporâneas em torno da difusão de filmes africanos, com foco na experiência do cinema da Nigéria. Considerando os contextos dos cinemas africanos no pós-independências, de que forma a entrada da Netflix como agente de difusão de conteúdos mobiliza o audiovisual do continente no que tange ao seu alcance global? Tendo em vista as dinâmicas atuais de difusão de obras africanas na ambiência das audiências globais, busco investigar que questões, em torno do que são os cinemas africanos e dos dilemas de visibilidade por eles enfrentados historicamente, surgem da aliança entre África e Netflix, a partir da observação dos três primeiros filmes nigerianos licenciados como “originais Netflix”: *Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*.

A plataforma dialoga com o campo do cinema nigeriano em seus principais eixos de atuação, oferecendo soluções ou vantagens para Nollywood quando promete mais investimentos, alcance global e, em algum nível, maior formalização da indústria. Interessante, portanto, observar e compreender como a entrada da Netflix em Nollywood tensiona as dinâmicas de distribuição global desses conteúdos, especialmente no que se refere ao papel que a empresa assume no universo de disputas em torno do que é o “cinema africano”, considerando os públicos globais. Se a história dos cinemas africanos é marcada por regimes de invisibilidade desde o seu surgimento, sendo Nollywood a curva que desvia desse destino comum a quase

todo o continente, como a Netflix entra nessa disputa pela definição de um cinema produzido na África a partir da Nigéria? Essas são as questões que esta tese se esforça para responder.

Antes de entrar especificamente nas questões de pesquisa e detalhar as hipóteses, proponho um olhar inicial sobre a entrada da Netflix na África a partir da observação da série de vídeos promocionais *Da África para o mundo*, veiculada no canal do YouTube da empresa. Tal observação ajuda a situar o problema de pesquisa proposto aqui e as questões levantadas a partir desses conteúdos.

1.1 “Da África para o mundo”?

Figura 1 – Genevieve Nnaji no vídeo promocional *Da África para o mundo*, da Netflix.



Fonte: captura de tela do vídeo, elaboração nossa (2022).

O vídeo promocional *Da África para o mundo* começa com a atriz e realizadora nigeriana Genevieve Nnaji, um dos maiores nomes (talvez o maior) do *star system* da Nigéria, sentada em uma cadeira de diretora, dizendo um texto que fala sobre o direito de contar suas próprias histórias, com a sua própria voz (Figura 1)⁸.

Sua imagem é seguida pela de realizadores, atores e atrizes que fazem parte do *cast* africano da plataforma, notadamente aqueles que já realizaram ou estão realizando produções originais Netflix, como Kagiso Lediga (de *Queen Sono*, sul-africano), Pearl Thusi (protagonista

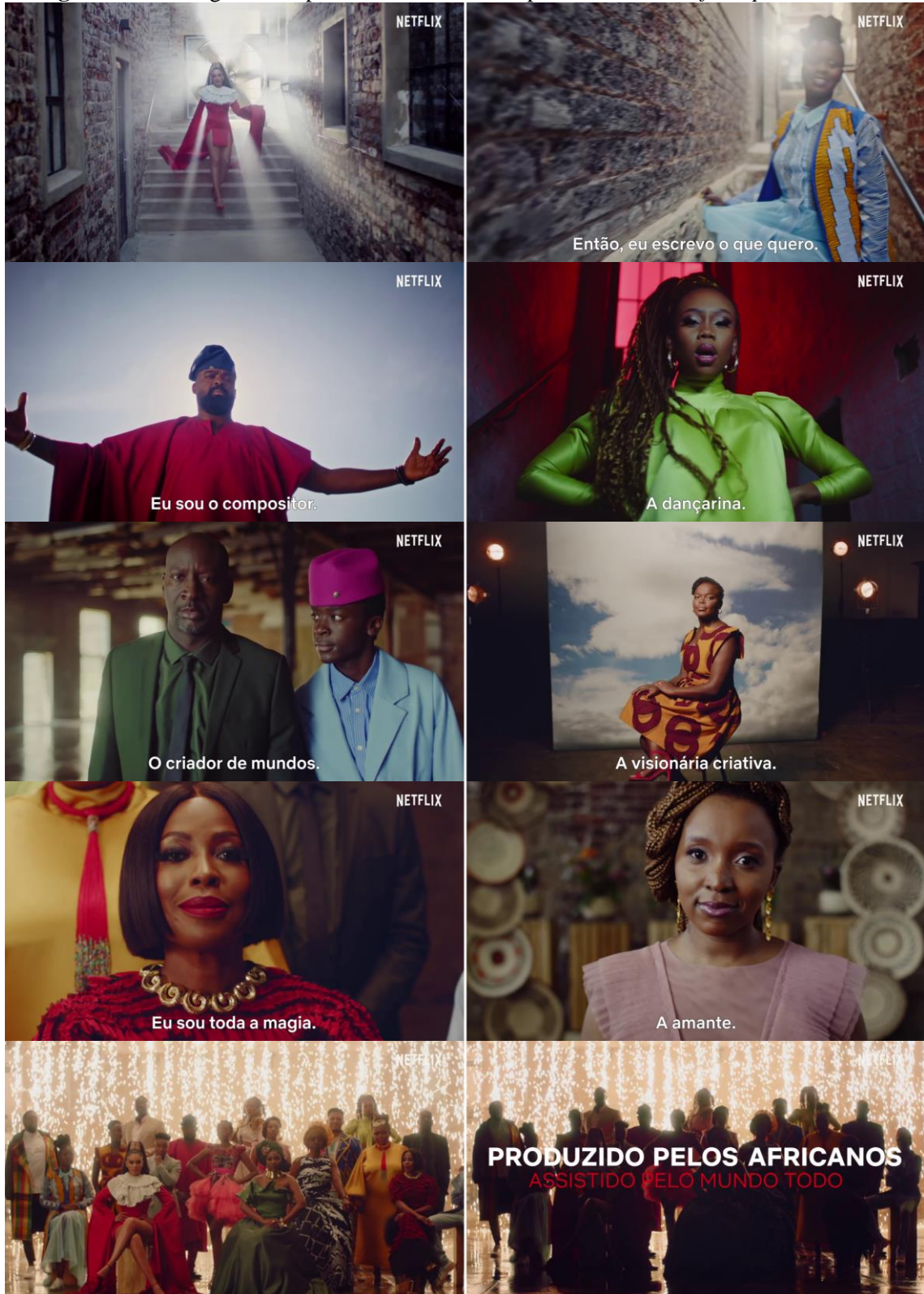
⁸ “Alguma vez alguém já contou a sua história, usou a sua voz e substituiu o seu rosto até que ninguém mais pudesse ver ou ouvir você?” (DA ÁFRICA..., 2020, online, 8s). A construção retórica dessa fala inicial remete àquela do vídeo promocional *Make Room*, também da plataforma, no qual a atriz Uzo Aduba, do elenco da série original *Orange is the New Black* (2013-2019), abre com a pergunta: “Você já esteve em uma sala e não viu ninguém como você? Você alguma vez já pensou que fazia parte dali, mas lhe disseram, sutilmente ou nem tanto, que você não pertencia? Você conhece essas salas. O mundo está cheio delas e de seus limites”. Para uma análise das estratégias do discurso de diversidade da Netflix, ver Bianchini e Camirim (2019).

de *Queen Sono*, sul-africana) e Kunle Afolayan (nigeriano, realizador que possui todos os seus longas-metragens disponíveis no catálogo da plataforma e contratado para desenvolver três filmes originais Netflix⁹), além da produtora Mo Abudu (nigeriana). O texto da peça publicitária, declamado em várias partes pelo elenco, faz menção aos gêneros das séries já produzidas ou anunciadas, e parte do elenco fala em línguas originais africanas, como xhosa, suaíle e iorubá, além do inglês *pidgin*. O figurino é um destaque do vídeo: homens e mulheres vestidos com trajes tradicionais africanos, somados a um toque de luxo – vestidos e penteados pomposos, muita maquiagem e um cenário que transita por espaços urbanos e um estúdio fotográfico onde estão todos reunidos. O vídeo tem como trilha musical a música *Ancient and Modern*, parte de um banco de trilhas temáticas chamado “Altitude Music”, cuja melodia mistura típica percussão reconhecida como música africana a uma batida de música eletrônica sobre vocalizações que lembram cânticos tradicionais do continente.

O texto reitera a ideia de autonomia para os agentes criativos africanos vinculados à Netflix no vídeo. A roteirista do Zâmbia Malenga Mulendema afirma “[...] eu escrevo o que quero”, enquanto outros se apresentam com adjetivos que remetem aos seus trabalhos na cadeia de produção audiovisual da África: “o compositor” (o cineasta nigeriano Kunle Afolayan), “a dançarina” (a atriz e coreógrafa sul-africana Bontle Modiselle Moloji), “o criador de mundos” (o cineasta nigeriano Akin Omotoso), “a visionária criativa” (a empresária queniana Dorothy Ghattuba), “toda a magia” (a produtora nigeriana Mo Abudu), “a amante” (a roteirista sul-africana Nosipho Dumisa). Alguns ainda afirmam: “Somos tudo isso e muito mais”, e, ao fim das apresentações, a atriz nigeriana Kate Henshaw diz: “E juntos somos as milhares de estrelas que os iluminam”, ao que se segue a imagem de todo o elenco reunido em um estúdio, onde se sobrepõe o texto: “Produzido pelos africanos, assistido pelo mundo todo” (DA ÁFRICA..., 2020, online) (Figura 2).

⁹ Em 9 de março de 2021, a Netflix divulgou uma nota anunciando a contratação dos originais dirigidos por Kunle Afolayan (PRICE, 2021) e, no mesmo dia, publicou no canal AfricaOnNetflix, no YouTube, uma entrevista com o diretor conduzida por Ben Amadasun, onde conversam sobre os novos passos da parceria entre Afolayan e a Netflix para a produção de filmes originais da plataforma (MORE NAIJA..., 2021).

Figura 2 – Montagem de capturas de tela do vídeo promocional *Da África para o mundo*.



Fonte: capturas de tela do vídeo, elaboração nossa (2022).

Essa descrição inicial do vídeo interessa para destacar os elementos convocados pela Netflix para codificar o que ela entende como África no universo audiovisual apresentado às audiências globais. Os marcadores identitários estão todos lá: desde as roupas exotizadas até os idiomas igualmente assim considerados (ainda que estes quase não apareçam nas produções africanas da plataforma lançadas até então), bem como os figurinos, que convocam uma imagem de luxo, glamour e sofisticação. Remeter-se a um conjunto de estereótipos não é uma questão que nos chega sem alguma ambivalência, especialmente considerando que o estereótipo se opõe a uma fixidez de ideias e imagens, que muitas vezes correspondem à realidade, mas em geral é usado para estabelecer diferenças a fim de exercer poder sobre determinada cultura (BHABHA, 2013). Aqui, há uma disputa importante em jogo: que imagens sobre África funcionam para “públicos globais”? Como a Netflix escolhe construir ou difundir essas imagens e discursos a partir da linha curatorial na qual está investindo?

O vídeo *Da África para o mundo* referenciado aqui é o disponível no canal Netflix Brasil, no YouTube, com legendas em português¹⁰, mas no canal AfricaOnNetflix também foi exibida uma série de pequenas entrevistas editadas com as personalidades africanas ali reunidas, divididas nos seguintes tópicos: “África do Sul” (*South Africa*), “Protagonistas Masculinos” (*Male Leads*), “Entrevista Principal” (*Main Interview*), “Protagonistas Femininas” (*Female Leads*), “Nollywood” e “Executivos Netflix” (*Netflix Execs*) (MADE BY AFRICANS..., 2020). O canal foi criado para divulgar os conteúdos de filmes africanos que entram constantemente no catálogo da plataforma, e, apesar de ter o continente no título do perfil, vem construindo um diálogo mais direcionado para o público nigeriano e/ou falante de inglês. Além de destacar os lançamentos de filmes nigerianos recém-adquiridos, entrevista famosos atores do país e investe em conteúdos pautados na cultura nigeriana, como a série de vídeos *How Naija are you?* (“O quanto Naija você é?”). Naija é um termo cunhado pelos jovens nigerianos para se referir tanto ao próprio país como ao fato de serem nigerianos, que significa algo como uma “nova Nigéria” e pode dizer respeito a uma “nigerianidade”. No Instagram, a Netflix tem um perfil chamado NaijaOnNetflix¹¹, além de outro focado na África do Sul, Netflix South Africa¹². Essas informações reiteram: 1) a ideia de que África, para a Netflix, por ora se resume à Nigéria e à África do Sul; e 2) que essas ações miram os públicos desses e de outros países africanos de língua oficial inglesa.

¹⁰ Há também uma versão legendada em espanhol no canal Netflix Latinoamérica (HECHO EN ÁFRICA..., 2020).

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/naijaonnetflix/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/netflixsa/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

Todas as entrevistas da série *Da África para o mundo*, independentemente de seus tópicos de destaque, são conduzidas em torno de cinco perguntas principais: 1) O quão animado você está com o fato de a Netflix levar conteúdo e talento africano para o mundo?; 2) Você acha que é importante reunir agentes criativos de todo o continente para algo assim?; 3) O que significa para você pessoalmente ser parte deste momento?; 4) Em que projeto o público pode esperar ver você na Netflix?; 5) Por que você acha que o resto do mundo vai se identificar com conteúdos africanos? (MADE BY AFRICANS..., 2020).

As perguntas 1, 3 e 5 são as que aparecem em todas as edições disponíveis na *playlist*, e as respostas variam em torno da ideia de que “já passou da hora” de a Netflix olhar para a África e que a plataforma oferece aos realizadores a oportunidade de atingir públicos em todo o mundo, algo que eles “nunca haviam experimentado antes”. Genevieve Nnaji reitera que a Netflix na Nigéria é “mais uma forma de distribuição” (MADE BY AFRICANS...MAIN INTERVIEW, 2020, 1min4s), o que revela sua consciência da forma que a indústria nigeriana funciona e de como a Netflix está tentando dialogar com ela, e diz ainda que a plataforma representa uma oportunidade para novos talentos do continente.

Para Kunle Afolayan, a Netflix tem um gesto de finalmente reconhecer “as pessoas, o talento [...] e a originalidade [do continente]” (MADE BY AFRICANS...MALE LEADS, 2020, 1min16s). Dorothy Ghattuba afirma ser uma oportunidade de negócios também para a Netflix, enquanto Mo Abudu se mostra entusiasmada com o fato de o serviço ser o responsável por juntar agentes criativos da Nigéria, da África do Sul e do Quênia¹³ como representantes das narrativas audiovisuais da África negra. Kagiso Lediga traz o tópico de números de audiência e como ele, experiente na indústria sul-africana de cinema e televisão, já teve filmes com pouquíssimo público em seu país, enquanto na Netflix seus números foram surpreendentes. Em seu depoimento, Ben Amadasun afirma que aquelas pessoas são as mais competentes da indústria e responsáveis pelos melhores filmes e séries do continente, sugerindo que suas escolhas se baseiam nesses aspectos (MADE BY AFRICANS...MALE LEADS, 2020).

Malenga Mulendema, criadora da série animada *Mama K's Team 4*, e o ator queniano Maxwell Simba afirmam que as histórias africanas se distinguem apenas por seus pontos de vista, mas que têm apelo universal e por isso podem facilmente cair no gosto de qualquer público no mundo. Mulendema declara que “não deveria ser algo estranho que africanos sejam capazes de contar suas histórias através das suas próprias vozes e perspectivas” (MADE BY AFRICANS..., MAIN INTERVIEW, 2020, 5min50s). Akin Omotoso responde à pergunta 5

¹³ Atualmente, o Quênia é o terceiro país no qual a Netflix está investindo na África. Trato do contexto que engloba o país na conclusão desta tese.

citando especificamente os cinemas da Nigéria e da África do Sul, afirmando que os públicos estrangeiros ao continente sempre se identificaram com as obras audiovisuais desses países. Ele menciona o filme sul-africano *Infância Roubada* (*Tsotsi*, dirigido por Gavin Hood, 2005), que ganhou o prêmio Oscar de melhor filme internacional em 2006, como exemplo da intervenção que a África tem no cinema “internacional” há muito tempo e complementa que o atual momento com a Netflix representa uma continuação e não um começo. Omotoso faz a ressalva de que a diferença trazida pela Netflix é que agora “temos a oportunidade de o mundo ver isso de uma forma que nunca viu antes” (MADE BY AFRICANS...MALE LEADS, 2020, 4min15s).

Esse discurso do ineditismo aparece em mais algumas falas, como a de Mo Abudu, que afirma que as narrativas africanas foram silenciadas por séculos e que “é importante que sejamos capazes de contar as nossas histórias e é importante que contemos essas histórias em colaboração com organizações globais como a Netflix. [...] Já era hora de as nossas histórias começarem a ser contadas e [...] viajarem por todo o planeta” (MADE BY AFRICANS...FEMALE LEADS, 2020, 3min28s). Já Dorothy Ghettuba, ao responder a mesma pergunta 5, reitera a opinião de que essas histórias africanas “não foram contadas dessa forma antes. Não por nós, sempre tivemos nossas histórias contadas por outras pessoas, mas desta vez podemos contar nossas histórias de dentro para fora” (MADE BY AFRICANS...FEMALE LEADS, 2020, 5min55s).

Esses depoimentos da série institucional *Da África para o mundo* são, portanto, editados de forma a demonstrar um pioneirismo da Netflix no tratamento das cinematografias africanas, indicando que ela resolve um problema que se desdobra desde os anos 1960 no que tange ao alcance de público dentro e fora do continente. Ao colocar os próprios agentes criativos do cinema e da televisão da Nigéria e da África do Sul¹⁴ (alguns diretamente contratados pela empresa com cargos de direção de conteúdo) para falar da importância da entrada da Netflix na África, o serviço de *streaming* constrói um discurso que lhe garante credibilidade através da fala dos agentes mais diretamente afetados. Hoje, a Netflix já se tornou referência de acessibilidade a conteúdos africanos em nível global, especialmente porque as outras plataformas que se dedicam, parcial ou exclusivamente, aos filmes africanos ou não estão disponíveis em centenas de países, ou nem mesmo são pensadas para outras nações que não as suas de origem. Além disso, provavelmente não são tão acessadas, uma vez que a Netflix é hoje o maior serviço de *streaming* do mundo.

¹⁴ Mesmo as personalidades nascidas ou que vivem em outros países, como Quênia, Zimbábue, Zâmbia, etc., estão todas envolvidas em produções da Netflix com base na Nigéria ou na África do Sul.

Tomando como exemplo o alcance dessas plataformas no caso do Brasil, a nigeriana iROKOtv¹⁵, por exemplo, é global, mas totalmente pensada para públicos anglófonos e pagantes em dólares, especialmente os nigerianos em diáspora pelo mundo. A Showmax¹⁶ é a segunda maior plataforma de *streaming* atuante na África, vinculada à gigante da televisão sul-africana Multichoice¹⁷, mas inacessível fora do continente. A Online African Film Festival¹⁸, da organização francesa Cinewax, voltada exclusivamente para filmes africanos e da afrodiáspora, é acessível no mundo inteiro, mas apenas nas línguas francesa, inglesa e mais recentemente espanhola, com formas de pagamento em euros e dólares e conteúdo promocional em site e redes sociais inacessíveis em outros idiomas. Outro exemplo é a plataforma Afridocs¹⁹, especializada em documentários africanos, geobloqueada apenas para o continente.

A Netflix, que se dedica a entender os mercados de cada país, continua sendo a plataforma global que melhor se insere nos mais diversos países, tornando-se acessível (especialmente no que tange à diversidade disponível de legendas em múltiplos idiomas e, em muitos casos, de dublagens), fácil, intuitiva e eficiente, o que lhe garante o poder de decidir que conteúdos ela disponibiliza aos seus públicos e, mais complexo, quais deles se tornam referências de África e dos cinemas africanos para audiências globais. É aqui que entra o nosso interesse de pesquisa.

1.2 A entrada na Netflix na Nigéria: negociações com Nollywood

Realizadores e realizadoras africanos vêm produzindo seus conteúdos originais e inéditos desde os anos 1960, construindo linguagens e estéticas próprias das suas experiências particulares e coletivas no audiovisual, ainda que poucos deles tenham alcançado um grau de reconhecimento internacional, seja ganhando prêmios em grandes festivais, seja sendo exibidos em salas comerciais no mundo todo, ou licenciados em veículos de alcance nacional ou global. A Nigéria tem ainda suas particularidades, tendo dado os primeiros passos em sua indústria audiovisual no final da década de 1980, tornando-se autônoma não somente no que tange aos meios de produção, mas especialmente no quesito público: Nollywood conquistou o público do país como nenhuma outra nação africana jamais conseguiu. Tal indústria se tornou gigante não

¹⁵ A iROKOtv tem imensa importância no contexto de distribuição de filmes nigerianos em plataformas de *streaming*, e falo sobre ela com detalhes no capítulo 3 desta tese. Disponível em: <https://irokotv.com/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

¹⁶ Disponível em: <https://www.showmax.com/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

¹⁷ A Multichoice tem papel fundamental na difusão de conteúdos de Nollywood em quase toda a África subsaariana. Trato dela no terceiro capítulo deste trabalho.

¹⁸ A plataforma estava em reformulação na época de finalização desta tese. Disponível em: <https://cinewax.org/pages/online-african-film-festival>. Acesso em: 7 jun. 2022.

¹⁹ Disponível em: <https://afridocs.net/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

só em número de filmes produzidos, mas igualmente em audiências ao redor do mundo, além de, como toda boa indústria, trabalhar com maestria a lógica da concorrência, inspirada nos diversos perfis de públicos que construiu em todo o país e entre os nigerianos em diáspora. Foi assim que Nollywood se tornou o mais importante fenômeno da história dos cinemas africanos e foi também a partir disso que garantiu um lugar importante no recente movimento de abertura de fronteiras para o cinema da Nigéria. É nesse contexto que a Netflix surge.

A entrada da Netflix nesse cenário constrói novas alianças em torno não só de Nollywood, mas dos cinemas africanos em geral, que passam a perceber a plataforma como uma oportunidade para suas produções e dinâmicas de difusão. Nota-se que a Netflix está interessada nos títulos que se afastam da estética amadora e do mercado de DVDs e se aproximam mais do que atualmente é chamada de “Nova Nollywood”: filmes mais preocupados com a qualidade da produção e os *box offices* dentro e fora da África (ADEJUNMOBI, 2015; HAYNES, 2019; MILLER, 2016), todos com financiamento em coprodução de diversos investidores nigerianos, com estreia e distribuição internacional (alguns com estreias em festivais internacionais) e contratos de licenciamento assinados com a plataforma para vários países do mundo, inclusive o Brasil.

Outro ponto a se destacar é que nomes como Biyi Bandele²⁰ (diretor de *Cinquentonas*, ou *Fifty*, lançado em 2015) e Kemi Adetiba (diretora de *King of Boys*, de 2018, e *Casamento às Avessas*, ou *The Wedding Party*, de 2016) são conhecidos nos circuitos de festivais internacionais, o que significa que a Netflix busca, de algum modo, negociar entre os códigos africanos e ocidentais para atrair e agradar as audiências mundiais. Outro nome que mobiliza essas demandas é o realizador Kunle Afolayan, que transita muito bem entre as características de Nollywood e um cinema mais autoral, sendo igualmente abraçado pela Netflix como atrativo tanto para o público nigeriano quanto para os públicos internacionais mais afeitos ao cinema de autor, nicho no qual dificilmente a Nigéria está incluída (HAYNES, 2014a, 2020). O mesmo acontece com o cineasta nigeriano Kenneth Gyang, diretor de *Por Uma Vida Melhor*, reconhecido no país como um dos jovens realizadores mais inventivos da contemporaneidade.

O foco desta pesquisa na Nigéria se dá por algumas razões. A primeira delas é que a tese está localizada nos estudos de cinema, de modo que observo com mais atenção e

²⁰ Biyi Bandele faleceu no dia 07 de agosto de 2022, logo após dirigir a primeira série original Netflix nigeriana, *Irmãs de Sangue* (*Blood Sisters*), e de anunciar o lançamento do primeiro filme nigeriano original Netflix comissionado pelo portal para a EbonyLife Films – o longa *O Cavaleiro do Rei* (*The King's Horseman*), adaptado do adaptado da peça de 1975 de Wole Soyinka, *Death and the King's Horseman*. Dirigido por Bandele, o filme estreou no festival internacional de cinema de Toronto 2022 (já depois do seu falecimento) em setembro e estreou mundialmente na Netflix em 4 de novembro de 2022.

competência as discussões em torno do cinema, especialmente dos cinemas africanos. Por conta disso, excluo do *corpus* as séries originais africanas da Netflix, realizadas na África do Sul, apesar de considerar esse investimento, em um contexto tão específico (“série”, “televisão”, “África do Sul”), de fundamental importância para compreender em nível mais abrangente a entrada da Netflix no continente africano. A escolha de não analisar *Queen Sono* e *Sangue & Água* não significa que as ignoro ao contextualizar as estratégias da Netflix no audiovisual africano, até porque defendo que existem muitas similaridades entre as indústrias da Nigéria e da África do Sul, e é justamente por conta delas que a plataforma decidiu investir primeiro nesses dois países. Porém, adentrar em uma análise mais profunda do contexto e dos estilos das duas séries sul-africanas originais Netflix significaria investir em uma pesquisa que pensa os dilemas e as questões em torno da produção de conteúdo para televisão especificamente – e, nesses casos em particular, a produção de séries de gêneros televisivos, como “série de máfia” (*Queen Sono*) e “série adolescente” (*Sangue & Água*). Reconheço, portanto, a importância dessas obras²¹ para compreender o contexto da aliança entre África e Netflix, mas centro a minha pesquisa, neste momento, na experiência nigeriana.

Outra razão para essa decisão é o próprio universo do cinema nigeriano (bem como a indústria de Nollywood e seus múltiplos desdobramentos) ser um espaço profícuo para analisar o investimento de uma plataforma global nos cinemas da África. Nollywood é reconhecida, dentro e fora dos estudos africanos, como a maior indústria de cinema da África e uma das três maiores do mundo, um exemplo de como fazer do audiovisual um campo lucrativo e autossuficiente, surgido a partir de um contexto econômico e social que se provou oportuno no início dos anos 1990. Diferentemente de quase todos os países africanos, a Nigéria nunca dependeu de capital financeiro da Europa ou dos Estados Unidos para existir e construiu, de forma bastante orgânica, uma relação com seus públicos locais, orientando seus hábitos espectatoriais a partir de outras experiências da indústria cultural nigeriana – notadamente, do teatro itinerante iorubá e das *soap operas* veiculadas em canais de TV.

Durante o percurso desta pesquisa, ficou evidente o gesto da Netflix de se associar com indústrias africanas consolidadas em seus países/públicos locais, com quem pudesse negociar estratégias de difusão em níveis local e global (seu projeto de um modo geral). Passa por essa dinâmica a questão do idioma, o inglês, oficial tanto na Nigéria como na África do Sul, e que

²¹ *Queen Sono* e *Sangue e Água* foram as duas primeiras séries originais Netflix (comissionadas pelo portal) produzidas na África do Sul, e por isso são citadas aqui como referência, mas até a conclusão desta tese outras séries originais do país foram lançadas: *Jiva!*, *Como acabar com o Natal*, *Beleza Impiedosa* e *Que a justiça seja feita*.

no caso da Nigéria sempre foi o “passaporte” da indústria para funcionar em contextos internacionais de difusão, bem como a inserção estratégica, em sua curadoria, de filmes que possuem total ou parcialmente falas em línguas originais africanas

1.3 Pressupostos e hipóteses da pesquisa

Diante da imensidão de questões que se colocam quando pensamos na relação que a Netflix estabelece hoje com o audiovisual africano, parti de alguns pressupostos fundamentais que me ajudaram a orientar esta pesquisa, que tem foco na experiência nigeriana. São eles:

a) os sentidos atribuídos aos cinemas africanos (seu surgimento, sua existência, seus dilemas de produção, difusão e recepção, além de seus regimes de visibilidade) têm sido construídos no campo de pesquisa do cinema desde os anos 1990, com base na análise de contextos e de narrativas de obras audiovisuais produzidas desde a década de 1960 no continente e pelos africanos, colocando em perspectiva as definições e os conceitos que norteiam a própria ideia de cinemas africanos;

b) a Netflix, em seu movimento de se manter como a mais importante plataforma de *streaming* audiovisual multinacional, tem como uma de suas estratégias investir em mercados locais e de nicho, tensionando a noção de audiências globais;

c) a decisão da Netflix em investir em originais africanos aposta em uma ideia de África à qual ela gostaria de se associar: a das indústrias massivas da Nigéria e da África do Sul, com seus modos específicos de produção e suas narrativas *mass appealing*, ou seja, com maior potencial comercial;

d) por mobilizar audiências globais, a Netflix investe, portanto, em uma concepção de audiovisual africano para o mundo a partir dos filmes que adquire como originais, especialmente da Nigéria, vinculando-se à indústria audiovisual do país (Nollywood) e associando-se a um tipo específico de produção, notadamente de filmes da Nova Nollywood e que giram em torno de questões sociais diversas, problemas em geral relacionados ao continente africano, e mais recentemente do gênero “filmes de época”;

e) no contexto do audiovisual africano, a Netflix se estabelece como uma via alternativa para os dilemas de difusão que há décadas marcam a história dos cinemas africanos pós-coloniais, negociando, no caso aqui analisado, com as lógicas internas da indústria audiovisual nigeriana;

f) essa via alternativa se soma aos discursos em torno do que é o “cinema africano” e às disputas entre o cinema massivo da Nigéria e o cinema autoral dos outros países do continente, aproximando-os em suas condições de produção, e nos dilemas de visibilidade enfrentados

pelos cinemas africanos historicamente, mobilizando diferentes agentes desse campo: produtores, diretores, roteiristas, diretores de festivais, serviços de *streaming* africanos, críticos e públicos locais e internacionais.

Considerando esses pressupostos, articulei as seguintes hipóteses, que direcionam o percurso da pesquisa:

H1: a Netflix trabalha a partir de uma curadoria que orienta as escolhas sobre o seu catálogo e os filmes originais Netflix;

H2: a Netflix já vem construindo uma curadoria sobre África a partir dos filmes originais Netflix “sobre” África ou gravados no continente;

H3: a Netflix se associa aos agentes mais importantes da Nova Nollywood como garantia de qualidade de produção e de credibilidade;

H4: os três primeiros filmes originais Netflix da Nigéria mobilizam questões linguísticas vinculadas a uma estratégia de alcance global e, ao mesmo tempo, de uma suposta nigerianidade;

H5: os três primeiros filmes originais Netflix da Nigéria são de narrativas clássicas, ao mesmo tempo em que dialogam com um possível cinema nigeriano de autor;

H6: os três primeiros filmes originais Netflix da Nigéria apresentam um universo temático em torno da vulnerabilidade das mulheres africanas contemporâneas, dentro do guarda-chuva “questões sociais”;

H7: todas essas diretrizes curatoriais colocam os cinemas nigerianos, notadamente as produções da Nova Nollywood, em uma relação de vínculo econômico com os Estados Unidos, aproximando-se da lógica dos filmes de outros países africanos e sua relação de dependência da Europa.

Essas hipóteses me orientam no sentido de responder à pergunta fundamental da tese: considerando os contextos dos cinemas africanos no pós-independências, de que forma a entrada da Netflix como agente de difusão de conteúdos audiovisuais mobiliza o cinema do continente no que tange à própria ideia de “cinemas da África” para “audiências globais” a partir da sua associação com Nollywood?

Tendo em vista as dinâmicas contemporâneas de difusão e recepção de conteúdos audiovisuais africanos em contextos de audiências globais, meu objetivo é investigar que tensionamentos em torno dos dilemas de visibilidade enfrentados historicamente pelos cinemas africanos surgem da aliança entre África e Netflix via investimento da empresa em Nollywood. Para isso, como afirmei anteriormente, faço uma análise contextual e estilística das três

primeiras obras nigerianas adquiridas como “originais” da empresa: *Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*.

No capítulo 2 da tese, apresento as diretrizes metodológicas que tornaram possível o desenvolvimento desta pesquisa. A teoria dos campos de Pierre Bourdieu (1996) facilitou a análise da formação do campo audiovisual da Nigéria dentro do contexto dos cinemas africanos, ao permitir o mapeamento das disputas internas desses espaços e do modo como a Netflix altera e interfere diretamente nessas relações. O aporte metodológico de Bourdieu é fundamental para construir o espaço de análise das relações entre Nollywood e Netflix, bem como para situar a pertinência de escolher para o estudo os três primeiros originais Netflix nigerianos, considerando o lugar ocupado pelos seus agentes criativos na indústria audiovisual do país.

No terceiro capítulo, meu objetivo é contextualizar o campo da indústria audiovisual nigeriana dentro do contexto macro dos cinemas africanos e seu lugar como a maior indústria de cinema da África – seu surgimento e funcionamento interno, suas disputas e seus desdobramentos. Nesse sentido, apresento a indústria de Nollywood para situar o leitor no campo audiovisual africano e nigeriano, de forma a tornar compreensível o cenário no qual a Netflix adentrou e as implicações dessa aliança nas relações internas do campo cinematográfico da Nigéria. Considerando a imensidão de estudos publicados nos mais diversos formatos sobre Nollywood, seleciono três autores cujos livros publicados se tornaram referência para a pesquisa do audiovisual nigeriano: Jonathan Haynes (2000, 2016), Jade Miller (2016) e Emily Witt (2017).

Investigar o lugar da Netflix no contexto contemporâneo de produção e de difusão de conteúdos audiovisuais através de serviços de *streaming*, com atenção para suas estratégias locais/nacionais e sua proposta de audiências globais, é o foco do quarto capítulo. Meus esforços se concentram em compreender a Netflix como um agente no campo de poder no contexto dos serviços de *streaming* e da produção e distribuição contemporâneas de conteúdos audiovisuais, bem como seu caráter multinacional, no intuito de tensionar a ideia de audiências globais que a plataforma convoca. Os especialistas em distribuição de conteúdo audiovisual pela internet Amanda Lotz (2021) e Ramon Lobato (2019) são as principais fontes para pensar a atuação do portal hoje, especialmente a hipótese sobre o gesto curatorial que a Netflix empreende de uma forma geral – e específica, no caso do audiovisual africano. Neste capítulo, portanto, dedico um olhar detalhado e cuidadoso às discussões em torno das estratégias locais para audiências globais performadas pela Netflix e de como isso impacta as decisões de aquisição e difusão dessas obras para seu catálogo em todo o mundo. Para refletir sobre esse impacto, convoco a contribuição teórica do filósofo Walter Mignolo (2020) e sua discussão em

torno do que chama de “histórias locais e projetos globais”, título do seu livro fundamental. Mignolo ajuda a colocar em perspectiva as atividades na Netflix na África em relação à posição da empresa no campo específico do poder e a esclarecer como a diferença colonial exerce um papel fundamental na dinâmica dessas relações. Tal hipótese é reforçada pelas contribuições teóricas dos filósofos africanos Achille Mbembe (2019), Felwine Sarr (2019), Valentin-Yves Mudimbe (2019) e Mia Couto (2005) e suas reflexões sobre os dilemas que envolvem a construção de narrativas africanas fora da África e por não africanos.

Já o capítulo 5 é dedicado a analisar, no âmbito das narrativas e dos estilos dos três filmes nigerianos da Nova Nollywood adquiridos pela Netflix como “originais” (*Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*), como esse campo de disputas se reflete nas obras em questão. As análises são baseadas tanto na observação dos contextos de produção das obras como no modo como esses contextos incidem sobre suas decisões estilísticas. É através desses dois eixos de análise que observo, a partir de *Lionheart*, o primeiro gesto de entrada da Netflix na Nigéria ao comprar um filme assinado por um dos mais importantes e populares nomes de Nollywood: a atriz, produtora e cineasta Genevieve Nnaji, na ocasião de lançamento mundial do longa-metragem em um reconhecido festival internacional de cinema. No caso de *Por Uma Vida Melhor*, identifico um gesto similar e complementar da empresa ao se associar a dois nomes centrais da indústria: a produtora Mo Abudu e o diretor Kenneth Gyang, dupla que garante credibilidade no que se refere ao universo temático que costuma render bons números na Nigéria em termos de público e lucro, além de representar um marco estilístico no que diz respeito especialmente à direção de fotografia como elemento de distinção dentro do campo. Por último, volto meu olhar para a aliança entre a Netflix e o cineasta nigeriano Kunle Afolayan a partir da análise do filme *A Lição de Moremi*, adquirido como original pela empresa, um investimento em um nome que há décadas transita entre o massivo e o autoral com desenvoltura. Em comum, os três filmes convocam estratégias de difusão que dialogam com as diretrizes da Netflix para atrair audiências globais, como temas que remetem a questões sociais associadas ao universo de vulnerabilidades da mulher africana, a predominância da língua inglesa e o uso estratégico das línguas africanas originais, além das narrativas negociadas para não causar estranhamento para “públicos globais”.

Feitas as análises, o sexto capítulo apresenta uma reflexão sobre as consequências dessas disputas e discursos no campo em emergência dos cinemas africanos, considerando a pertinência dos aspectos narrativos, linguísticos e temáticos para o projeto global da Netflix. Ao analisar a entrada da Netflix na África em articulação com o universo da difusão, é possível compreender o que esse gesto mobiliza nas dinâmicas internas de produção, nas possibilidades

de financiamento e na promessa de autonomia, ou seja, no dilema de “contar nossas próprias histórias” vivenciado pelos realizadores africanos desde sempre. Atento, portanto, para os dilemas de difusão – o cinema “feito por africanos, assistido pelo mundo inteiro” – que tensionam a promessa de alcance global em um contexto histórico de invisibilidade dentro e fora do continente.

Para esta tese, portanto, refiro-me a um campo audiovisual da Nigéria onde é possível identificar as lógicas específicas que orientam a produção, a distribuição e o consumo de filmes nigerianos. O esforço desta pesquisa está no sentido de tensionar as relações entre os agentes criativos dessa indústria e as instâncias de poder – ou seja, agentes e instituições que decidem sobre a produção e a difusão de obras no universo do audiovisual –, poder este necessariamente econômico, mas que também atua a partir de diretrizes curatoriais específicas dentro de um projeto artístico e de qualidade determinado nas próprias dinâmicas internas desse campo do poder. Tal caminho ajuda a esclarecer o papel da Netflix como produtora e distribuidora de conteúdos africanos para o mundo e a forma como ela reconfigura as regras de funcionamento do campo audiovisual da Nigéria.

O item de conclusão aponta para a importância dessas análises no contexto dos cinemas africanos e indica quais são as implicações de tudo isso para o audiovisual do continente. Meu esforço é o de fazer apontamentos para outras questões futuras de pesquisa, especialmente por saber, desde o princípio, que o fenômeno está em emergência e que o envolvimento da Netflix com a Nigéria é apenas uma das dimensões da discussão que se apresenta. À luz de todas as discussões articuladas na tese, apresento um panorama dos outros movimentos do portal no continente africano, como o recente investimento no Quênia e em programas de formação de realizadores e criadores de séries e filmes em determinadas regiões da África, além da relação da empresa com festivais internacionais e do modo como os filmes africanos aparecem nesse contexto. Sugiro, também, enquadramentos possíveis para a análise desses contextos em emergência, que podem ser adotados por futuras pesquisas. Se durante a escrita desta tese a plataforma lançou mais filmes nigerianos “originais Netflix” e mudou alguns planos relacionados às séries originais produzidas no país, tenho ciência de que o fenômeno está em pleno desdobramento e aqui apresento somente um primeiro esforço de mapeá-lo e compreendê-lo.

2 NOTAS SOBRE A METODOLOGIA

Para pensar as relações, disputas e desdobramentos da aliança entre África e Netflix, esta tese segue as orientações teórico-metodológicas de Pierre Bourdieu (1996) em sua proposta de análise do campo de produção artística como espaço de lutas, tensões e dissensos que configuram as condições nas quais as obras ou produtos culturais são realizadas. A metodologia, que assume um viés sociológico, orienta a pesquisa na direção de analisar a formação do campo de produção audiovisual da Nigéria, os agentes que dele fazem parte desde o início dos anos 1990 – produtores, distribuidores, cineastas e *star system* – e o modo como as posições por eles ocupadas configuram um ambiente de disputas por autonomia e reconhecimento.

A análise da formação do campo audiovisual da Nigéria ajuda a elucidar a estrutura de poder que rege os princípios e os mecanismos de funcionamento de Nollywood, além de permitir que seja possível identificar como as diferentes tomadas de posição dos agentes criativos levam a diferentes contextos de relações de poder dentro do espaço social. É esse caminho metodológico que nos permite identificar não só o lugar que a Netflix ocupa nas dinâmicas do campo audiovisual nigeriano, como também o campo de poder a partir do qual a empresa atua e que acaba por interferir diretamente nas lógicas internas de Nollywood.

2.1 Indicações teórico-metodológicas para pensar o campo de produção artística

Para Pierre Bourdieu, a compreensão do surgimento dos campos de produção artística e cultural vem da análise das estruturas e das condições sociais que permitem a criação das obras aí inseridas, de modo a considerar não o autor criador “suspenso” no tempo e no espaço criativo, mas sim em sua relação com o campo específico de atuação. Em *As Regras da Arte* (1996), obra de referência do sociólogo sobre a análise do campo social de produção cultural, o autor apresenta seus conceitos e reflexões a partir da observação minuciosa do campo literário francês da segunda metade do século XIX, apontando as dinâmicas das relações entre os agentes criadores (artistas) e os agentes que configuram uma posição de mediação capaz de concretizar as obras e promover o contato delas com o público (no nosso caso, produtores, distribuidores, exibidores etc.). Bourdieu defende que, ao mapear essas lógicas internas do campo, torna-se possível verificar como essas disputas e tomadas de decisão são materializadas nas obras de arte.

A noção de campo para Bourdieu se refere a um sistema social de relações específicas, localizado dentro de um espaço social global. Cada campo funciona com base em regras e desafios particulares e é estruturado a partir das diferentes posições ocupadas pelos agentes que

dele fazem parte – a luta para ocupar essas determinadas posições é o que configura o campo como um espaço de disputas. Dentro do campo, essas lutas se dão a partir da busca pela obtenção de capitais específicos (econômico ou simbólico, por exemplo) que se opõem em uma articulação conflituosa entre as posições de dominantes e dominados, e a disputa é travada pela manutenção ou pela subversão dessas posições.

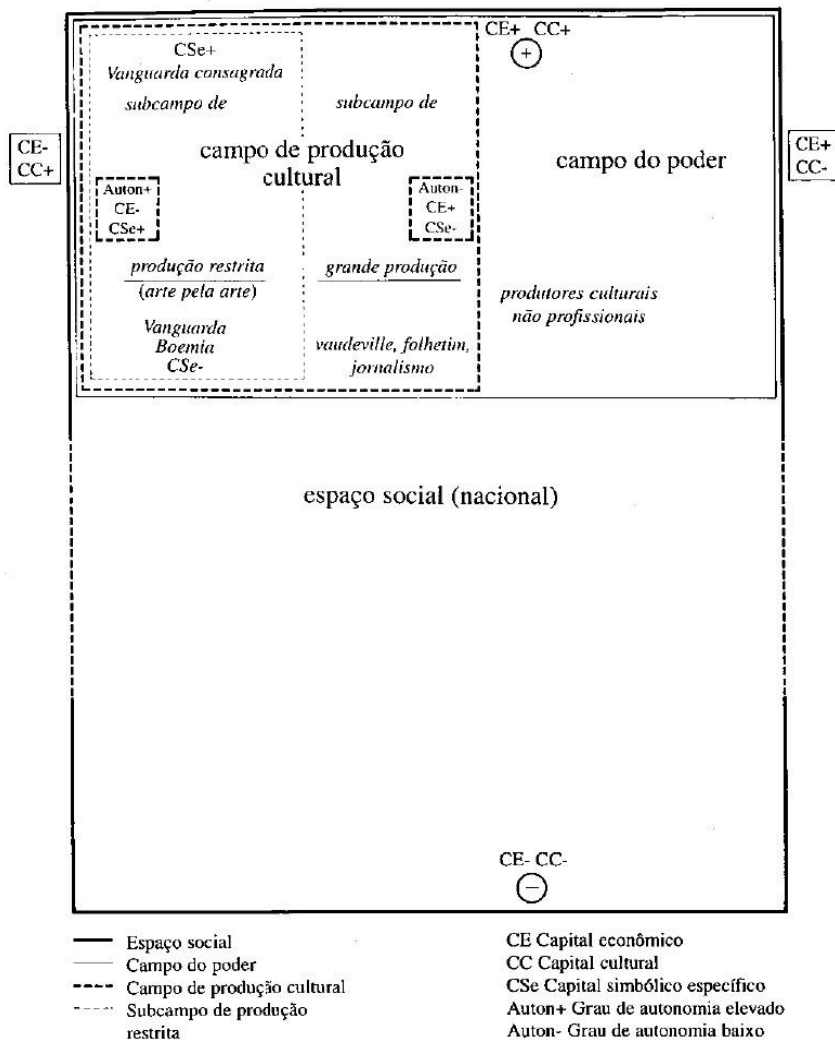
As análises das obras criadas em campos de produção cultural (como o campo analisado por Bourdieu e aquele ao qual pertencem as obras abordadas nesta tese) – passam, portanto, pelo processo de investigação da posição de tais campos no seio do campo do poder (dominante no espaço social) e de seus desdobramentos ao longo do tempo, bem como pelo estudo de sua estrutura e das trajetórias dos agentes que ocupam determinadas posições dentro desse espaço de disputas. Bourdieu propõe um olhar atento à gênese do campo de produção cultural no qual o agente criador/artista estudado está inserido, o que tem o potencial de revelar os modos através dos quais tal agente ocupou ou produziu posições para ocupar dentro do campo, considerando sua origem social, sua trajetória e sua crença no jogo – que não só faz funcionar esse espaço social como também permite sua própria existência. Tal movimento analítico ajuda a desvendar quais tomadas de posição são coerentes e possíveis dentro da estrutura do campo em determinado momento ou estado desse espaço social, de acordo com as regras de funcionamento que regem o campo do poder e suas implicações para as condições de produção, distribuição e difusão de obras. Por campo de poder, Bourdieu entende “o espaço das relações de força entre agentes ou instituições que têm em comum possuir o capital necessário para ocupar posições dominantes nos diferentes campos (econômico ou cultural, especialmente)” (BOURDIEU, 1996, p. 244).

A forma como o sociólogo pensa a estrutura dos campos sociais de produção cultural é um norte para quem deseja analisar esses espaços de disputa a fim de compreender a conjuntura da criação de determinadas obras em períodos específicos, para além de uma análise puramente estética ou estilística desses produtos (BARRETO; SOUZA, 2014). O campo de produção cultural a ser considerado para análise está situado dentro do campo de poder e é composto por dois subcampos: o de produção restrita (de “arte pela arte”, da vanguarda e independente) e o de grande produção ou produção massiva. Para ficar mais claro, cito o trabalho de Maíra Bianchini (2020) em artigo que propõe uma metodologia para o estudo de séries ficcionais televisivas a partir das contribuições de Pierre Bourdieu em diálogo com outros autores:

[...] o campo de produção cultural é marcado pela alta concentração de capital cultural e por graus variáveis de capital econômico, constituindo, de forma geral, uma fração dominada da classe dominante (a qual é representada por aqueles que ocupam posições favoráveis no campo do poder). Essa fração, por sua vez, é constituída pela relação entre dois subcampos: o subcampo de produção restrita, mais interessado no capital simbólico específico do campo (CSe – o reconhecimento, o prestígio e a consagração) e menos investido no retorno econômico de suas obras, e o subcampo de grande produção, ou, como traduz Hesmondhalgh (2006), o subcampo de produção massiva, marcado pela concentração de capital econômico e por índices mais baixos de capital simbólico específico. No estudo do campo de produção literária francesa do século XIX, Bourdieu (1996) localiza a vanguarda artística, investida na expressão da “arte pela arte”, na esfera da produção restrita, enquanto o folhetim e o teatro de variedades (*vaudeville*), mais populares, estão localizados no espaço de grande produção ou produção massiva cultural. (BIANCHINI, 2020, p. 12-13).

No diagrama da Figura 3, que Bourdieu apresenta em *As Regras da Arte*, é possível observar de forma mais sistemática como funcionam as estruturas e as lógicas do campo.

Figura 3 – Campo de produção cultural e campo do poder, segundo Bourdieu (1996).



Nesse espaço de relações, Bourdieu considera as disputas que existem entre dois gestos ou duas abordagens dos agentes diante do campo do poder e que necessariamente se opõem. As posições de “dominante” e “dominado” são configuradas pelo acúmulo de capitais (econômico, simbólico, cultural, social etc.), uma vez que a distribuição desigual desses capitais dentro do campo é o que configura as posições e as relações de disputa entre os agentes. Na análise do campo de produção cultural, Bourdieu defende que o capital de maior valor é o simbólico, ou seja, o prestígio e a consagração que os artistas conquistam, especialmente entre seus pares. Os tipos de capitais disponíveis nesses espaços orientam para uma dicotomia do “artístico” *versus* o “popular”, que direciona os tipos de investimentos desses agentes nos espaços aos quais pertencem ou querem pertencer.

Essa dicotomia tem como referência as possíveis relações que podem ser estabelecidas com o campo do poder – quanto mais distante deste, mais *autônomo*; quanto mais próximo, mais *heterônomo*. Se o campo do poder é, em última instância, o espaço que torna possível a própria articulação de um campo de produção cultural e os seus subcampos, a lógica econômica acaba por atravessar e condicionar todas as relações entre os agentes que fazem parte das disputas dentro do campo artístico. Nesta pesquisa, o campo do poder está diretamente relacionado ao poder econômico da indústria dos *streamings*: a Netflix entra na Nigéria inicialmente como distribuidora e logo depois como produtora, buscando inserir sua lógica econômica e comercial no campo audiovisual nigeriano, o qual tem bem definidos seus subcampos de produção massiva (Nollywood) e de produção restrita (Nova Nollywood).

É por conta disso que o campo artístico se torna, pela abordagem de Bourdieu, o lugar da luta entre princípios de hierarquização que indicam quem se afasta da lógica comercial e busca reconhecimento a partir de instâncias de consagração que vão ao encontro desse gesto e quem não entra em conflito com a lógica econômica voltada prioritariamente para o lucro. É, portanto, o grau de autonomia construído dentro dos subcampos a partir da atuação e da trajetória de seus agentes – ou seja, suas relações com as posições dominantes engendradas no campo do poder – que determina os dois polos do campo de produção cultural que estão em disputa. Bourdieu aponta que o subcampo de produção restrita tem alto grau de autonomia em relação ao campo do poder, sendo menos suscetível às (ou mesmo independente das) demandas e lógicas do mercado massivo – o que ele chama de *princípio de hierarquização interna*. No caso do subcampo de grande produção, é o *princípio de hierarquização externa* que o determina, uma vez que está alinhado com as demandas do mercado e da lógica do lucro, rejeitada pelo outro polo em jogo nessa arena de disputas. O que determina o grau de autonomia

do campo é, portanto, a distância que ele tem das diretrizes e das lógicas internas do campo do poder.

A ênfase na relação de oposição entre os subcampos de produção restrita e de produção massiva revela, porém, a ausência de uma abordagem que considere lutas e disputas por prestígio e reconhecimento dentro dos próprios subcampos (entre si), tornando o campo de produção restrita, em oposição, impertinente na análise das relações internas do campo de produção massiva. Bianchini (2020) aponta para pesquisas que analisam produtos massivos televisivos – como exemplo de produtos concebidos no subcampo de grande produção –, considerando que, nesse contexto específico, “as noções de prestígio e de popularidade não são tão opostas como a formulação do conceito de campo de produção cultural de Bourdieu (1996) sugere” (BIANCHINI, 2020, p. 14). Na análise da autora, o campo de produção de séries televisivas tensiona um espaço de disputas em torno do grau de autonomia dos agentes criativos em relação às emissoras abertas, por exemplo, uma vez que elas

[...] precisaram negociar a autonomia criativa com os produtores e roteiristas de suas séries de forma a garantir que ao menos algumas de suas produções tivessem o potencial de conquistar prestígio e reconhecimento tanto entre os pares (profissionais dedicados à produção narrativa ficcional de televisão) quanto por parte dos segmentos mais desejados pelos anunciantes – os nichos localizados no campo do poder, ou seja, aqueles com maior concentração de capital econômico e cultural. (BIANCHINI, 2020, p. 14).

O próprio processo de identificar essas ausências e propor reajustes não anula a pertinência desse método de análise para a compreensão das estruturas sociais que tornam possível a criação artística. A ressalva também é pertinente no âmbito da pesquisa relatada aqui, uma vez que, na relação entre Nollywood e Nova Nollywood, não é o fator econômico que as separa. Quando do surgimento da Nova Nollywood, em finais dos anos 2010, a disputa dos agentes criativos, especialmente cineastas e *star system*, era por um cinema com maior qualidade técnica para, ao mesmo tempo, aumentar seu apelo comercial ao público massivo nigeriano e potencializar suas chances de entrada no “cinema comercial internacional” – ou seja, participar de seleções oficiais de grandes festivais e ter seus filmes distribuídos comercialmente em salas de cinema nos Estados Unidos e na Europa. De forma mais clara, os diretores da Nova Nollywood precisavam negociar com os produtores da indústria para que fosse possível garantir lucros ao mesmo tempo em que pudessem ser reconhecidos pelas instâncias de consagração do cinema fora da Nigéria.

Quando a Netflix decide se associar justamente com a Nova Nollywood e ignorar os *video films* de Nollywood, o eixo dessas relações e disputas dá um giro importante, onde a lógica econômica e comercial passa a ser novamente a referência do campo do poder sobre os

agentes criativos, ao mesmo tempo em que coloca os cineastas da Nova Nollywood em uma relação direta com o “cinema africano” e os meandros de sua histórica invisibilidade. Pelo fato de a Netflix representar um espaço desejado por cineastas africanos de todo o continente (sendo seus filmes comerciais ou não), abre-se uma disputa em torno da plataforma como esse espaço de poder que mobiliza o cinema africano como um todo, de um modo muito mais abrangente do que apenas a indústria da Nigéria.

As lutas travadas no interior dos campos são especialmente importantes aqui, uma vez que elas representam o processo de definição desses espaços sociais. Bourdieu (1996) fala da imposição de limites no campo, de modo que eles sejam favoráveis aos interesses dos seus agentes. Essas lutas por definição existem para determinar as regras desse jogo específico, criando condições que moderam a vinculação e a desvinculação de artistas a partir do seu grau de reconhecimento diante das instâncias de consagração pertinentes ao campo. Para Bourdieu, travam-se disputas pelo ponto de vista “legítimo” sobre o campo e suas leis fundamentais, definindo o campo artístico como tal. São essas regras que conferem autoridade aos artistas reconhecidos e prestigiados para dizer o que é uma obra de arte, quem pode ser chamado de artista e quem pode nomear outros artistas como tais. O sociólogo chama isso de “monopólio do poder de consagração dos produtores ou dos produtos” (1996, p. 253, grifo do autor) e continua:

Mais precisamente, a luta entre os ocupantes dos dois pólos opostos do campo de produção cultural tem como aposta o monopólio da imposição da definição legítima do escritor, e é compreensível que ela se organize em torno da oposição entre a autonomia e a heteronomia. Por conseguinte, se o campo literário (etc.) é universalmente o lugar de uma luta pela definição do escritor, não existe definição universal do escritor e a análise nunca encontra mais que definições correspondentes a um estado da luta pela imposição da definição legítima de um escritor. (BOURDIEU, 1996, p. 253-254).

Tal adendo é importante para considerar, no processo de análise, a natureza cíclica das dinâmicas de luta por poder e autoridade dentro dos campos, admitindo que a mobilidade dos agentes dentro (e para dentro ou para fora) dos campos mobiliza dissensos e define e redefine hierarquias. O analista deve, portanto, “acompanhar o processo de consagração na diversidade de suas formas e manifestações” (BOURDIEU, 1996, p. 255) (aquelas pertinentes ao universo em questão) a fim de compreender como se dá a construção desses lugares de autoridade que, naquele momento específico, definem o próprio campo – quem pode entrar e quem deve sair.

Essa dinâmica só funciona por conta do que Bourdieu chama de *illusio*, ou seja, a crença coletiva dos agentes de um campo no jogo que o constitui, o investimento em uma lógica de existência e de funcionamento que faz sentido e que importa e a participação interessada

daqueles que desejam fazer parte do campo e conquistar determinadas posições dentro dele. O processo cíclico dessas dinâmicas toma forma à medida que a *illusio* faz o jogo funcionar e ao mesmo tempo é produto desse jogo.

[...] certa forma de adesão ao jogo, de crença no jogo e no valor das apostas, que fazem com que o jogo valha a pena ser jogado, está no princípio do funcionamento do jogo, e que a *colusão* dos agentes na *illusio* está no fundamento da concorrência que os opõe e que constitui o próprio jogo. Em suma, a *illusio* é a condição do funcionamento de um jogo no qual ela é também, pelo menos parcialmente, o produto. (BOURDIEU, 1996, p. 258).

O valor de uma obra artística dentro de um campo é, então, dado pelas lógicas internas desse próprio campo, ou seja, pelos agentes e/ou instituições que têm autoridade para nomear. Essa produção de valor das obras é, para Bourdieu, um importante movimento que deve ser analisado, para além da produção material das obras, uma vez que ele se desdobra a partir da *illusio*. O autor defende que a ciência das obras deve considerar não só os artistas que as criam, “mas também o conjunto dos agentes e das instituições que participam da produção do valor da obra através da produção da crença no valor da arte em geral e no valor distintivo de determinada obra de arte” (BOURDIEU, 1996, p. 259), valor este atribuído por instâncias de consagração de diversas naturezas e que exercem alguma importância ou influência no campo.

No caso do cinema, esses espaços que legitimam filmes costumam ser os grandes festivais e a crítica em importantes revistas com alcance mundial, mas é interessante pensar como serviços de *streaming* como a Netflix e a Mubi²², por exemplo, ou mesmo as brasileiras Telecine Play (atualmente integrada à plataforma Globoplay) e Petra Belas Artes à La Carte²³ formam um novo espaço de consagração para o cinema, uma vez que não só aumentam a vida útil dos lançamentos, como recuperam filmes “esquecidos” ou muito antigos, além de construírem uma curadoria para públicos específicos que colocam determinados títulos em patamares que sugerem qualidade, distinção e reconhecimento do campo. É fundamental, portanto, considerar o lugar que esses novos espaços de distribuição (e, no caso da Netflix, também de produção) para o sistema de valoração das obras, especialmente considerando o alcance que têm sobre públicos globais e nichos específicos. Trago essas observações para que possamos, ao longo deste relato de pesquisa, identificar quando essa mudança nas instâncias de consagração acontece no caso da indústria audiovisual nigeriana, antes e depois da entrada da Netflix. São essas mudanças ou novas relações que irão configurar outras noções de valor das obras fílmicas em determinados contextos.

²² Disponível em: <https://mubi.com/pt>. Acesso em: 7 jun. 2022.

²³ Disponível em: <https://www.belasartosalacarte.com.br/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

A orientação metodológica de Bourdieu indica, portanto, que o analista deve identificar as dinâmicas internas dos campos, seus modos de funcionamento em relação aos campos de poder que agem sobre eles, as formas através das quais os agentes adquirem prestígio e reconhecimento nos espaços desejados, os modos como negociam sua autonomia, as conjunturas que permitem a própria gênese do campo e as possibilidades de mudanças e mobilidades internas dos agentes envolvidos – medindo o efeito que as influências e demandas externas (dominantes) têm sobre lógicas específicas de cada campo e, por fim, analisando como toda essa arena de disputas repercute nas decisões criativas das obras concebidas no interior dos subcampos de produção artística.

A metodologia proposta por Pierre Bourdieu é fundamental para o desenvolvimento do problema de pesquisa desta tese: considerando os contextos dos cinemas africanos no pós-independências, de que forma a entrada da Netflix como agente de difusão de conteúdos audiovisuais mobiliza o cinema do continente no que tange à própria ideia de “cinemas da África” para audiências globais a partir da sua associação com Nollywood? Analisando o campo de produção audiovisual da Nigéria, é possível compreender: as relações que se constroem dentro desse espaço quando a Netflix chega e se estrutura como um agente associado às lógicas do campo de poder; quais mudanças ela provoca nas dinâmicas internas entre os agentes criativos; como se reconfiguram as relações de poder (e as relações com o poder ou com a influência externa) nas disputas travadas entre os subcampos; como o valor das obras fílmicas passa a ser medido por outros critérios e novas instâncias de consagração; e, finalmente, como esse novo momento impacta o campo artístico dos cinemas africanos – campo do qual Nollywood faz parte, mas que ainda luta por autonomia.

Historicamente, os filmes africanos realizados por africanos a partir dos anos 1960 só existem porque foram financiados pelos ex-colonizadores europeus, e essa situação não só permanece a mesma ainda hoje como é reiterada pela atuação da Netflix como um importante agente de produção e difusão de conteúdos audiovisuais para audiências globais. Para um continente cujos países, com poucas exceções, não conseguem construir suas próprias indústrias de cinema que lhes garantam independência para produzir, a própria ideia de campo deve ser colocada em perspectiva. São as exceções que fazem com que a entrada da Netflix tenha pertinência como problema de pesquisa, uma vez que os dois países da África subsaariana cujas indústrias de cinema são institucionalizadas – a Nigéria e a África do Sul – são precisamente aqueles com os quais a empresa se associa.

Há dois aspectos principais que merecem um olhar mais aproximado: a semelhança entre a relação de dependência que se cria entre Nollywood e Netflix e a histórica relação de

dependência entre os cinemas africanos e a Europa, mais notadamente a França; e o adendo trazido pela empresa de *streaming* – a promessa de visibilidade global para os filmes africanos, algo que a França nunca fez, mantendo os cinemas da África em seus nichos de festivais (ocupando posições sem destaque), nas televisões públicas europeias em versões dubladas (quando o filme não é falado em inglês) e com um escasso programa de distribuição comercial nos países da Europa.

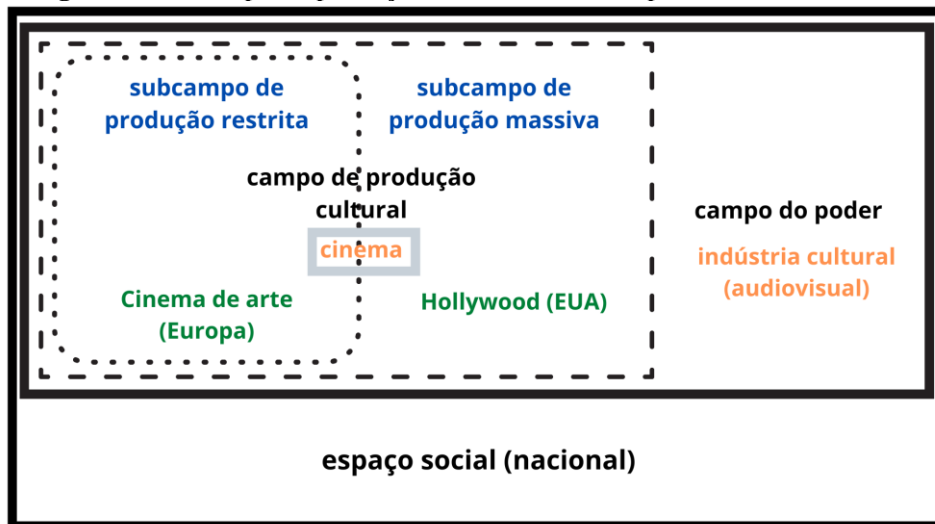
Nesse sentido, associo a seguir a perspectiva teórico-metodológica de Bourdieu sobre os campos de produção artística e cultural e a análise dos espaços sociais de produção cinematográfica mundial, africano e nigeriano, a fim de desvelar as dinâmicas, as relações entre os agentes e as disputas internas das configurações atual desses campos.

2.2 Articulações para pensar os campos dos cinemas africano e nigeriano

Para chegar a uma estrutura do campo analisado nesta tese, com todas as suas relações internas e influências externas, é necessário antes pensar no próprio campo do cinema de uma forma geral, de modo a afunilar o enquadramento até ser possível situar o contexto do cinema nigeriano, concebido ele próprio como um campo de produção artística com subcampos de produção restrita e massiva.

A Figura 4 mostra um primeiro esboço para pensar o campo artístico do cinema dentro do campo de poder da indústria cultural, a partir de onde tomamos como referência o cinema como um produto, ou seja, como parte essencial de um mercado. David Bordwell e Kristin Thompson (2013) afirmam que em geral se divide a criação cinematográfica entre “cinema como arte” e “cinema como produto” e que essa oposição está relacionada ao entretenimento e ao produto feito para o público massivo. As relações comerciais e transações financeiras são inerentes à própria existência da arte, e com o cinema não é diferente. Os autores apontam que 80% dos circuitos de distribuição de filmes no mundo são dominados por empresas de Hollywood, como os estúdios Warner Bros., Universal, Columbia Pictures, 20th Century Studios (antes chamada 20th Century Fox) e Paramount Pictures (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 34), o que significa que qualquer filme que não tenha um mínimo vínculo de produção com essas empresas tem muita dificuldade em conseguir distribuição internacional em salas comerciais de cinema. Apesar de a lógica da distribuição ter sido bastante afetada nos últimos anos com a expansão de empresas de *streaming*, cujos mais diversos formatos mudam a própria forma de se consumir filmes no mundo, o espaço das salas de cinema em circuito comercial ainda é muito desejado, mesmo entre os cineastas mais independentes.

Figura 4 – O campo de produção do cinema no campo da indústria cultural.



Fonte: elaboração nossa (2022).

Pensando nessas relações que afetam globalmente a distribuição de filmes, fiz um primeiro esboço de um campo social no qual o lugar de poder é o da própria indústria cultural²⁴ e sua lógica capitalista, dentro do qual encontramos o campo de produção cultural do cinema, cujos subcampos são o cinema hollywoodiano e o cinema independente ou o “cinema de arte”. As disputas entre os subcampos giram em torno especialmente de uma proposta de novas formas de fazer cinema que não coloquem o entretenimento acima da arte.

Em capítulo dedicado ao que chama de “cinema de arte e ensaio”, David Bordwell, no livro *Narration in the Fiction Film* (1985), fala sobre a narrativa do chamado “filme de arte”, a qual o autor opõe à do cinema americano (narrativa clássica). O principal argumento de Bordwell está no fato de que os filmes de arte possuem narrativas nas quais os diversos elementos e recursos cinematográficos são usados de modo marcadamente diferente dos filmes de narrativa clássica – os filmes de arte têm, em geral, uma narrativa autoconsciente. Elementos como montagem, fotografia, escala de planos etc. chamam atenção para si, para além de contarem uma história de personagens ambíguos, com começo, meio e fim que não se apresentam de forma muito clara ou óbvia, entre outras características. Esse cinema de arte se afasta do cinema de Hollywood também por suas instâncias de consagração: festivais de cinema europeus, como Cannes, Berlinale e Roterdã, bem como pela importância dada ao diretor como

²⁴ A referência à indústria cultural é a de Adorno (1987), para quem a produção de produtos culturais obedece às mesmas lógicas do sistema econômico capitalista, sendo associada prioritariamente ao lucro. Essa produção seria uma forma de orientar as práticas de consumo da sociedade, ao mesmo tempo em que colocava no mesmo patamar uma obra de arte e uma mercadoria. Não pretendo aqui fazer uma discussão desse conceito já tão tensionado no campo da comunicação, especialmente considerando as novas reflexões em torno do conceito de “economia criativa” (MACHADO, 2009).

autor do filme, *status* dado, na lógica hollywoodiana, aos produtores, ou seja, àqueles que garantem financiamento para a produção dos filmes.

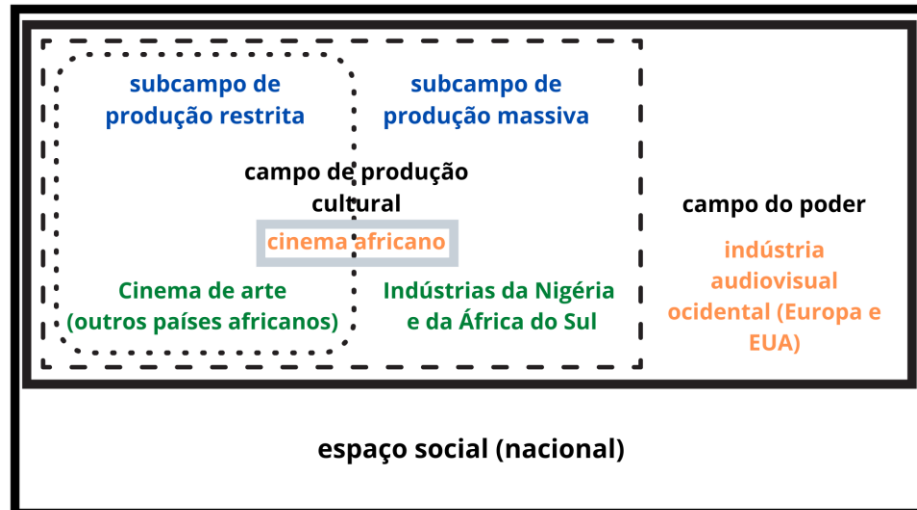
A noção de autoria no cinema foi acentuada por uma linha de pensamento da crítica cinematográfica inaugurada nos anos 1950, através de artigos publicados principalmente na revista francesa *Cahiers du Cinéma*, de autoria de jovens críticos – que nos anos 1960 se tornaram cineastas: François Truffaut, Jacques Rivette, Claude Chabrol, Éric Rohmer, entre outros. A *politique des auteurs* entende que um cineasta é considerado autor quando a sua obra apresenta, pelo menos, duas características, a saber: a) a evidência do envolvimento do diretor com todos os processos de produção e criação do filme; e b) uma temática pessoal, um estilo facilmente reconhecido através da escolha dos temas abordados (AUMONT; MARIE, 1990, p. 41). Ainda que algumas dessas características possam eliminar a possibilidade de incluir filmes de Hollywood, os críticos franceses nomearam como autores cineastas como John Ford e Alfred Hitchcock, focando mais especificamente nos seus modos de contar histórias e menos nas suas condições de produção. A revista *Cahiers du Cinéma* acabou assumindo esse lugar de instância de consagração – até hoje a revista existe e exerce influência sobre o campo do cinema – e ajudou a distinguir, especialmente nas décadas de 1950 e 1960, o cinema de arte e o cinema de puro entretenimento.

Os filmes realizados por cineastas africanos dentro do continente surgiram justamente nesse período, e foram as instituições do cinema europeu que assumiram o lugar de legitimar determinadas obras como relevantes para o campo cinematográfico dos filmes de arte. Nesse período do pós-independências de muitos países africanos, a França foi o país, entre os colonizadores, que mais investiu na produção de filmes em suas ex-colônias, colocando-se não só no lugar de fomentadora e mantenedora, mas configurando um campo de poder sobre um espaço criativo que estava começando a se formar. A falta de condições logísticas e de apoio dos novos governos recém-empossados, que não viam o cinema como uma prioridade, fez com que a própria gênese dos cinemas da África tenha se dado a partir de uma relação de dependência com as instâncias governamentais da Europa.

Por conta disso, e considerando os apontamentos de Bourdieu sobre a gênese dos campos de produção cultural, não se pode afirmar que o “cinema africano” consiste em um campo, uma vez que até hoje a maior parte dos agentes criativos do continente não têm completa autonomia criativa, sendo submetidos às exigências e expectativas dos financiadores europeus, que pensam os filmes africanos para plateias exclusivamente ocidentais. Mesmo atenta a essas questões, fiz um esboço do que seria um campo de produção cultural do cinema africano, considerando a indústria audiovisual ocidental (Figura 5) – que, na figura anterior, assumia o

lugar de subcampo de produção restrita com relação à indústria de Hollywood – como o campo do poder, na tentativa de construir um diagrama que leve especificamente às tensões que existem nesse contexto de relações transcontinentais, ao mesmo tempo em que ajude a esclarecer como o próprio cinema africano, internamente, tem seus subcampos que estão em disputa desde o surgimento de Nollywood na Nigéria, no final da década de 1980.

Figura 5 – O campo de produção do cinema africano no campo da indústria audiovisual ocidental.



Fonte: elaboração nossa (2022).

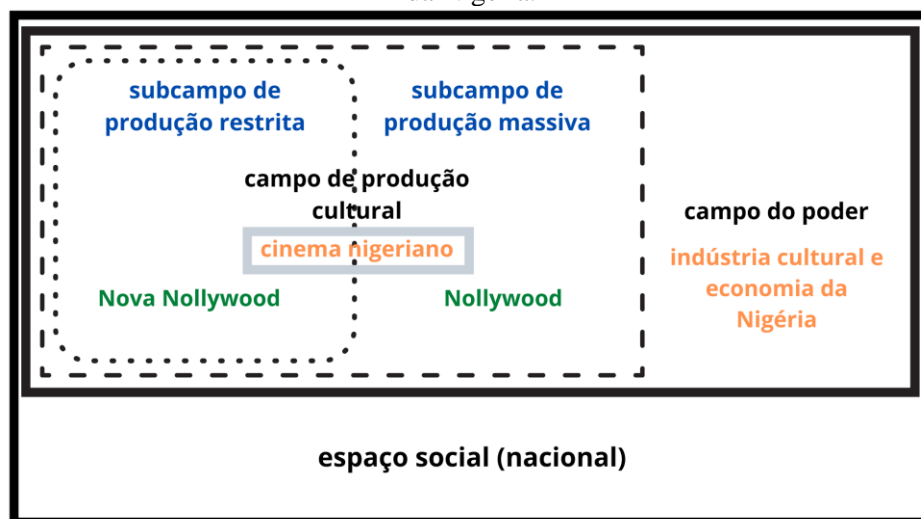
Nesse diagrama, especificamente, algumas complexidades se destacam. O campo do poder, aqui, é assumido pelas indústrias cinematográficas ocidentais: Europa e Estados Unidos, que, no diagrama anterior (Figura 4), ocupavam posições antagonistas dentro do campo do cinema. Apesar de serem indústrias que, como vimos, tratam o cinema de modos diferentes, quando falamos sobre condições de produção, financiamento e difusão de filmes, a Europa e os Estados Unidos estão em posição de poder sobre os cinemas africanos, que deles dependem historicamente.

A complexidade reside no fato de que os subcampos de produção massiva e restrita, na configuração da Figura 5, podem ser tanto o cinema africano de arte como as (poucas) indústrias audiovisuais africanas, dependendo de qual instituição do campo do poder é convocada para a análise. Para as lógicas do campo do cinema europeu, as indústrias de entretenimento seriam um subcampo de produção restrita, enquanto elas seriam consideradas de produção massiva se relacionadas ao cinema hollywoodiano – e vice-versa. Mais complexo ainda é o fato de que ambas as relações são pertinentes para esta pesquisa, uma vez que faz parte das hipóteses desta tese a ideia de que existe uma homologia entre as relações de poder estabelecidas entre o cinema de arte africano e o cinema de arte europeu, bem como entre o cinema massivo africano e o cinema massivo estadunidense.

O diagrama da Figura 5, portanto, é de grande importância para o decorrer da pesquisa, uma vez que ele orienta a difícil tarefa de mapear essas articulações de cada campo e subcampo a fim de analisar o campo do cinema africano em emergência a partir das suas relações com os campos já estruturados. Quando afunilei ainda mais os espaços sociais que interessam aqui, percebi que o diagrama que de fato analiso nesta tese (apresentado na Figura 6) me leva de volta ao anterior – onde as complexidades das relações de poder refletem a própria luta pela formação de um campo e onde, acredito, estão as respostas para as perguntas que apresento nesta tese.

A próxima configuração de relações dentro de um espaço social considera como campo de produção cultural o cinema nigeriano e a posição que ocupa dentro da indústria cultural e da economia nigeriana. O surgimento da indústria audiovisual da Nigéria teve um impacto muito grande na economia do país nos anos 1990 e dialoga diretamente com uma tradição de produtos culturais massivos em outras linguagens, como a literatura e o teatro. A “economia criativa” nigeriana está inscrita aqui, portanto, como parte do campo do poder, o espaço mesmo que possibilita a existência de um cinema nigeriano (Figura 6).

Figura 6 – O campo de produção do cinema nigeriano no campo da indústria cultural e da economia da Nigéria.



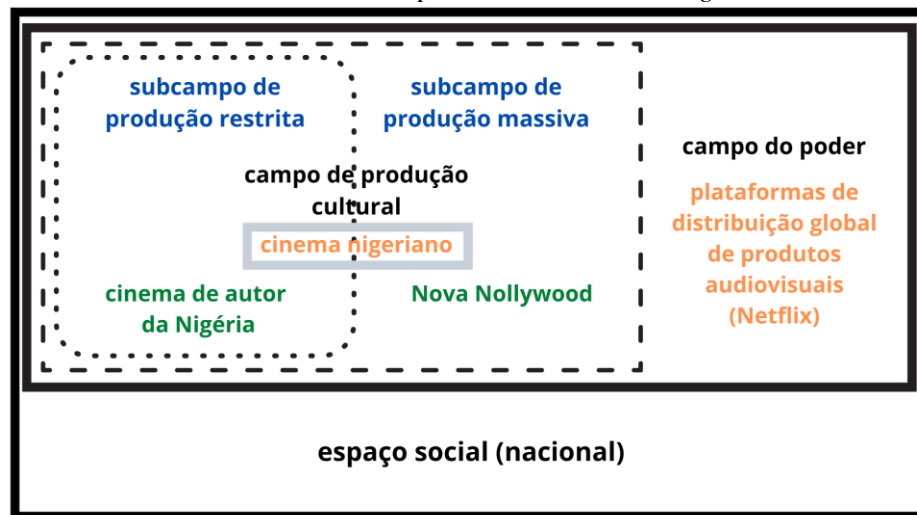
Fonte: elaboração nossa (2022).

É no cenário dos anos 1990 que se configura o cinema de Nollywood e um cinema mais autoral, vinculado aos princípios políticos e estéticos do cinema de arte africano. Mais tarde, a oposição se dá mais fortemente entre Nollywood e Nova Nollywood (Figura 6), a qual queria manter o apelo comercial junto ao público, mas reivindicava um cinema com mais qualidade técnica e que pudesse ser reconhecido fora da África.

O cinema de arte não aparece nessas disputas, voltando a configurar um subcampo de produção restrita após a entrada da Netflix nesse contexto (Figura 7), que, por sua vez, exclui

Nollywood do campo. Aqui, o diagrama permite configurar as importantes lutas por autonomia e reconhecimento da Nova Nollywood em instâncias de consagração fora da Nigéria e as possíveis negociações com a “velha” Nollywood (de modo a não romper totalmente com o público nigeriano), além de tornar evidente o deslocamento de uma ênfase totalmente comercial para uma preocupação maior com a qualidade, a estética e o estilo dos filmes. O capital econômico ainda é crucial e jamais colocado abaixo do capital simbólico adquirido em outros espaços de legitimação – porém o fato de sequer existir a luta por capital simbólico em um campo exclusivamente focado no lucro é uma transformação importante.

Figura 7 – O campo de produção do cinema nigeriano no campo de distribuição de conteúdos audiovisuais em plataformas de *streaming*.



Fonte: elaboração nossa (2022).

Ao montar esses diagramas, percebi que o meu problema de pesquisa está inserido entre os contextos das Figuras 6 e 7. No momento em que a Netflix decide intervir na indústria audiovisual nigeriana, quando faz suas escolhas entre duas vertentes distintas do cinema comercial do país, ela desestabiliza as relações dentro do campo e se coloca como protagonista de um campo de poder muito caro à história dos cinemas da África de uma forma geral: a difusão e a circulação de filmes na África e no resto do mundo. Esse protagonismo se refere não somente às questões econômicas (fundamentais para sequer atrair a atenção dos agentes criativos nigerianos), mas também à disputa por um capital simbólico referente à importância da marca Netflix e do seu alcance global.

A relação de poder que se estabelece, portanto, tem a ver com uma negociação da autonomia criativa dentro das diretrizes econômicas da empresa (atendendo às principais demandas dos realizadores da Nova Nollywood) e com um “selo de qualidade Netflix” que a empresa vem construindo desde que começou a produzir séries originais em 2013. Mesmo que

a associação à Netflix muitas vezes represente o abandono de uma lógica tradicional de espaços de consagração do cinema (como festivais e salas comerciais), as vantagens oferecidas pela plataforma colocam em perspectiva a própria lógica de distribuição de filmes exclusivamente em telas grandes como sinal de sucesso ou de reconhecimento. Essas novas formas de consumo de produtos audiovisuais, como comentei anteriormente, são configuradas especialmente pelos serviços de *streaming*, colocando empresas como a Netflix no centro do campo do poder e em muitos casos disputando com a lógica dos festivais e do cinema comercial.

Digo que o meu problema de pesquisa está entre os dois últimos diagramas porque me interessa especificamente o movimento de entrada da Netflix no campo do audiovisual nigeriano e as profundas transformações que ela promove no campo em emergência dos cinemas africanos. O modo como a empresa mobiliza questões tão cruciais para a existência de filmes africanos em uma conjuntura global de produção cinematográfica impacta não só a Nigéria de forma específica, mas as relações dentro do campo do cinema africano onde Nollywood está inserida (Figura 5). É nesse sentido que reconheço, a partir do impacto da Netflix sobre o que estabeleço na Figura 7 como o campo do cinema nigeriano, que o cinema de arte ou cinema de autor ressurgiu como um campo de produção restrita que estava “apagado” pelas lógicas profundamente comerciais de Nollywood e Nova Nollywood. Pelo fato de a Netflix representar um capital simbólico importante, os filmes independentes ou não industriais surgem nessa arena de disputas para também entrar no catálogo da plataforma. O que empreendi nesta tese foi analisar precisamente esse movimento, essa entrada que mobiliza os agentes em disputa dentro do campo do audiovisual nigeriano, e como a empresa estadunidense acaba por aproximar as demandas do cinema nigeriano e do “cinema africano”, reforçando um contexto de ausência de autonomia em relação às indústrias ocidentais e de dependência econômica que marca a trajetória dos cinemas africanos desde o seu surgimento.

De algum modo, todos esses diagramas estão conectados e dependem um do outro – e a metodologia de Bourdieu de fato permite essa amplitude. As relações e disputas em diferentes campos sociais são organizadas de acordo com o objetivo desta pesquisa, e considerar todas essas possibilidades faz parte do processo metodológico, mesmo que a análise em si esteja focada em apenas um diagrama – mas que se relaciona com todos os outros. Meu olhar nesta tese se volta para as primeiras repercussões da entrada da Netflix no audiovisual africano a partir da Nigéria, fazendo o esforço de analisar o campo do cinema nigeriano e discutir o projeto editorial e as diretrizes curatoriais da empresa em função dos primeiros filmes do país licenciados com distribuição exclusiva e em nível global. Em acordo com Bourdieu, toda essa análise do campo não faz sentido sem que nos voltemos para as obras produzidas nesse jogo de

relações. É necessário analisar os filmes para ver como eles refletem as dinâmicas do campo, como as decisões criativas dos agentes envolvidos são construídas dentro de um espaço dos possíveis e como a estética e o estilo das obras refletem as posições tomadas pelos agentes dominados e dominantes em relação ao campo do poder.

A análise das obras acolhe, então, a sugestão metodológica aplicada na tese de Maíra Bianchini (2018), sintetizada em artigo de 2020 e que segue essas diretrizes para analisar ficções seriadas televisivas a partir da articulação do conceito de campo social de Bourdieu (1996) com a perspectiva de estilo e a abordagem histórica da intencionalidade dos agentes sociais de Baxandall (2006) e a noção de paradigma problema/solução de Bordwell (2008). “A perspectiva dos autores sobre os procedimentos metodológicos para a análise da intencionalidade aponta para a reconstituição do processo de escolha do agente e para a consideração das tomadas de posição dos artistas como possíveis soluções para problemas que surgiram na prática do seu ofício.” (BIANCHINI, 2020, p. 16). Para a autora, o diálogo entre as abordagens dos três pesquisadores

[...] inspira a análise relacional de duas instâncias – a da realização do produto cultural e a da gestão empresarial do processo produtivo – em um ponto de vista amplo e compreensivo das obras e dos agentes sociais envolvidos (empresas e criadores), de acordo com as lógicas específicas em disputa no cenário social, econômico e midiático em que elas estão inseridas. (BIANCHINI, 2020, p. 9).

Bianchini (2020) faz uma síntese do que propõe como metodologia de análise de obras artísticas ao aproximar as propostas teórico-metodológicas de Baxandall e Bordwell:

Entendemos aqui, seguindo Baxandall (2006), Gombrich (2005) e Bordwell (2008), a reconstrução da situação de escolha como um método profícuo para lidar com os sentidos agenciados pela obra, pensando a intenção enquanto uma relação entre o objeto de análise e as circunstâncias sociais e históricas em que ele foi criado. Ao pensar uma intenção, elaboramos uma análise sobre os fins e os meios dessa intenção, a partir das inferências evidenciadas pela relação entre a obra e certos aspectos identificáveis do contexto em que ela foi produzida. Nesse sentido, a referência que o analista deve ter sempre em mente é aquilo que é convocado pelas *marcas deixadas pelo autor que deteve o poder das escolhas estilísticas na obra*, a qual concentra os vestígios da intenção desse artista. (BIANCHINI, 2020, p. 17, grifo nosso).

Para David Bordwell, cuja pesquisa está localizada no campo do cinema, o agente social levado em consideração para esse tipo de análise é o diretor, ou seja, o “autor” do filme responsável pelas escolhas estilísticas da obra. No caso da televisão, por exemplo, essas decisões pertencem mais aos produtores executivos e canais exibidores do que aos autores e diretores, na maioria dos casos. No caso das cinematografias africanas, a relação entre os diretores e os financiadores exige uma negociação constante entre o que pode e não pode ser

feito no âmbito criativo, e a dependência estrutural que os realizadores africanos têm das instâncias de poder econômico europeus torna difícil a própria ideia de “cineasta autor responsável por suas escolhas estilísticas”. Nesse sentido, é necessário justamente ter a compreensão desses contextos e as funções de cada agente envolvido no campo de criação das obras analisadas, a fim de “empreender uma espécie de engenharia reversa para reconstruir intenções e padrões de ação desse criador responsável pelas escolhas estilísticas que a compõe [a obra]” (BIANCHINI, 2020, p. 18).

A autora afirma, ainda, que “o que os agentes sociais dizem sobre suas produções e seu estado de espírito tem menos validade para uma explicação histórica do objeto do que as marcas expressadas na obra” (p.18), referindo-se ao uso do termo “intenção”, de Baxandall, como relativo à “lógica interna de certas tradições ou instituições, ou mesmo da prática internalizada do ofício do artista, que Gombrich (1990) chama de ‘segunda natureza’, as quais podem contribuir para uma predisposição de intencionalidades que se expressam inconscientemente no fazer do indivíduo.” (BIANCHINI, 2020, p. 18). Para Bordwell (2008, p. 323), tais tradições se constituem a partir de um “conjunto de soluções bem-sucedidas para problemas recorrentes”, e é a partir da observação da repetição dessas soluções que podemos identificar, como analistas, como as decisões estilísticas das obras nos orientam para compreender o seu estilo como a solução para um problema dado em um contexto específico de criação das obras. Bianchini (2020, p. 18) aponta que a perspectiva da obra como solução a um problema ajuda a esclarecer “os padrões de intenção consciente e inconsciente dos artistas” e explica: “Tendo em mente a compreensão da função desse agente criador e do seu ofício para a confecção da obra examinada, o analista pode empreender uma espécie de engenharia reversa para reconstruir intenções e padrões de ação desse criador responsável pelas escolhas estilísticas que a compõe” (p. 18).

Isso significa, portanto, a proposição de uma metodologia de análise de produtos culturais que negocie a observação atenta aos seus contextos de criação e aspectos estéticos, compreendendo o estilo dessas obras de acordo com as escolhas do artista naquele cenário social, econômico, político e cultural específico. A obra, portanto, nunca está em suspenso no tempo e no espaço, e tampouco a análise do contexto dá conta, sozinha, das questões convocadas pelo objeto de estudo. Trata-se de uma articulação entre duas perspectivas: a das análises mais imanentes, preocupadas em observar as obras a partir delas mesmas e suas características estéticas e de linguagem, em geral independentemente de quem as criou e em que circunstâncias; e aquelas de abordagem mais contextual e que normalmente apresentam resultados com base em premissas culturalistas, psicanalistas ou antropológicas, que não

costumam se dedicar ao estudo estético das obras, produzindo análises que se atêm a temas e discursos que importam mais que a própria dimensão artística dos produtos culturais.

No escopo desta pesquisa, a vantagem da metodologia de análise aqui discutida é tornar possível uma apreciação da dimensão estética das obras analisadas, especialmente em um contexto acadêmico no qual as discussões em torno do fenômeno de Nollywood em sua maioria se voltam somente para análises de produção e mercado. A percepção de que o fenômeno é mais instigante do que as obras é pertinente em algumas áreas do conhecimento que se debruçam sobre a indústria audiovisual nigeriana, porém, quando entramos na discussão das obras escolhidas pela Netflix para compor seu catálogo de filmes africanos e consideramos que tais obras fazem parte de um movimento de dissenso dentro de Nollywood, é imprescindível verificar nesses filmes como determinadas escolhas estilísticas representam tomadas de decisão dos realizadores em sua disputa por capital simbólico dentro do campo e refletem a relação que se constrói entre o maior serviço de televisão distribuída pela internet e a maior e mais lucrativa indústria de cinema do continente africano.

No capítulo seguinte, faço um esforço de compreender a gênese do campo do audiovisual da Nigéria e seu cenário interno de disputas entre os diversos agentes e instituições que definem suas dinâmicas em busca de autonomia. Como indicado na Figura 6, a observação da formação da indústria audiovisual nigeriana como campo artístico leva em conta a própria economia da Nigéria como campo de poder e as disputas engendradas entre o que ficou conhecido como Nollywood e Nova Nollywood. É a partir da análise dessas relações que se torna possível compreender como a entrada na Netflix nesse cenário muda as posições dos agentes nos subcampos de produção artística e como isso afeta o campo em emergência dos cinemas africanos, especialmente no que diz respeito às questões de difusão e circulação de filmes em nível global.

3 O CAMPO DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DA NIGÉRIA

Este capítulo segue as indicações metodológicas de Pierre Bourdieu (1996) “sobre a necessidade de se compreender o microcosmo social no qual as obras culturais são criadas, identificando agentes, posições, práticas dominantes e de vanguarda e os movimentos engendrados pelos indivíduos e instituições que buscam o acúmulo de capital simbólico [...] no campo” (BIANCHINI, 2018, p. 54). O autor contribui para elucidar como essas relações de força dentro do campo ocorrem, as tomadas de posição dos agentes envolvidos e a forma como essas disputas se refletem nas decisões criativas das obras.

Aqui, apresento o contexto de formação do campo audiovisual nigeriano a partir das pesquisas realizadas especialmente por Jonathan Haynes (2000, 2016), Jade Miller (2016) e Emily Witt (2017)²⁵, também com as contribuições de Moradewun Adejunmobi (2015) e de outros teóricos pesquisadores do audiovisual da Nigéria. Os autores apresentam interesses diversos de pesquisa sobre o fenômeno de Nollywood, e faço um esforço de, a partir das suas contribuições, situar o leitor nas dinâmicas de solidificação de um campo audiovisual com suas regras internas específicas, bem como de contextualizar esse campo dentro do universo de estudos dos cinemas da África.

Tal esforço é fundamental para a compreensão do momento em que a Netflix faz sua entrada na Nigéria e de quais novas dinâmicas de visibilidade para o “cinema africano” ela mobiliza quando assume o campo do poder (econômico). Nas próximas páginas, atento para: o processo de formação de Nollywood e o desdobramento de uma “Nova Nollywood”; as disputas em torno do funcionamento da indústria e seus modos de abordar o cinema, o audiovisual, a linguagem, as narrativas e as dinâmicas de difusão; a trajetória dos principais agentes em disputa nos subcampos de produção artística (produtores, cineastas, atores e atrizes); o espaço dos possíveis no qual foram tomadas decisões que permitiram a conquista de autonomia e capital simbólico por parte dessa nova geração; e quais são as novas configurações do campo estimuladas pela entrada da Netflix no contexto específico de difusão de conteúdos africanos em nível global.

Destaco, portanto, os seguintes aspectos do audiovisual da Nigéria: o surgimento de Nollywood e sua consolidação como indústria; os agentes responsáveis pela produção e pela

²⁵ O campo de pesquisa sobre Nollywood é imenso e tem crescido muito no próprio universo acadêmico nigeriano. Opto por convocar esses três autores em função dos livros que publicaram sobre o assunto, além do tempo de dedicação deles ao tema. Outra razão é que as obras referenciadas oferecem panoramas bastante completos sobre o contexto de surgimento de Nollywood, e cada publicação analisa fenômenos diferentes. Desse modo, considero que os três autores são hoje a base para se pensar um movimento de contextualização do campo audiovisual nigeriano.

difusão de filmes dentro e fora do país; e aqueles que entram em disputa por uma ideia de cinema nigeriano no contexto econômico nacional em um cenário de dissenso. Com o auxílio de Bourdieu, identifico, dentro do campo, quais posições são ocupadas por quais agentes de acordo com as dinâmicas de poder (econômico e simbólico) mobilizadas nesse espaço social – uma vez que estamos lidando com uma questão essencialmente de poder econômico, que, em alguma instância, começa a negociar com o universo simbólico de produção cultural no âmbito da Nova Nollywood. Tal observação reitera a hipótese de que pode haver disputas dentro do próprio subcampo de produção massiva, e a função do pesquisador é analisar como essas lutas são engendradas de acordo com o campo do poder, que exerce influência direta sobre todo o espaço social de produção artística.

3.1 O surgimento da indústria audiovisual nigeriana: Nollywood

O que chamamos hoje de “Nollywood” é a mais bem-sucedida experiência de indústria audiovisual no continente africano. Objeto de estudo de uma grande quantidade de pesquisadores ao redor do mundo, o fenômeno Nollywood adquiriu importância, entre outras razões, pelo modo como pareceu “resolver” dois dos grandes dilemas do cinema africano pós-colonial: sua relação com o público do continente e sua autossustentabilidade.

Resultado de um pensamento estratégico essencialmente econômico e comercial, com base em experiências prévias com produtos de cultura de massa nigerianos, como o teatro itinerante iorubá e as *soap operas* (MILLER, 2016), Nollywood não nasceu do amor pelo cinema ou da necessidade de os africanos conquistarem seu direito de construir suas próprias narrativas fílmicas – motivações vinculadas ao nascimento dos cinemas africanos pós-independências (UKADIKE, 1994; THIONG’O, 2007). Essa dissociação se reflete na quantidade de filmes produzidos com baixíssimo orçamento e equipes amadoras que nunca tiveram formação em cinema, mas que conquistaram os públicos locais especialmente por representarem “os desejos coletivos dos nigerianos, as histórias das suas vidas cotidianas, as suas fantasias e ansiedades” (DIAWARA, 2009, p. 73).

Desde que os africanos se apropriaram da técnica cinematográfica e começaram a fazer seus próprios filmes, precisamente a partir dos anos 1960, para esses novos cineastas surgiram dois desafios fundamentais: primeiro, o de produzir imagens sobre o continente que divergissem do imaginário criado pelos colonizadores sobre a África e os africanos; segundo, o de conquistar as audiências nativas, acostumadas às narrativas ocidentais e sem qualquer referência do que seria uma produção interna de imagens sobre a África “real”, de quem é “de

dentro”²⁶. A primeira geração de cineastas africanos, a partir da classificação de Mahomed Bamba (2008), cujos mais notáveis nomes são os de Ousmane Sembène, Med Hondo e Djibril Diop Mambéty, estava preocupada com a descolonização do olhar e com a conquista e a garantia do direito de narrar suas próprias experiências e subjetividades. Tais cineastas fazem parte de uma corrente de pensamento que instituiu o cinema africano como uma arte política, de resistência, e seus primorosos filmes são hoje um marco dessa cinematografia autoral, a qual representa um rompimento com o imaginário colonial viciado e estereotipado dos filmes produzidos no continente até então pelos europeus.

Porém, como hoje se sabe, títulos como *La Noire de...* (de Ousmane Sembène, 1966), *Ó, Sol (Soleil Ô)*, de Med Hondo, 1967) e *Touki Bouki: A Viagem da Hiena (Touki Bouki)*, de Djibril Diop Mambéty, 1973) foram bem recebidos em festivais de cinema europeus e ignorados pelas audiências africanas²⁷. Suas narrativas, pouco semelhantes à linguagem mais popular de um cinema estrangeiro até então consumido no continente, não caíram no gosto do público, tornando-se o clichê dos filmes de autor, ou “filmes para festival” (BAMBA, 2007, 2011) – condição na qual os cinemas africanos permanecem até os dias atuais. O dilema enfrentado por esses cineastas, de fazer filmes ao mesmo tempo políticos e populares, perdurou por décadas, e ainda hoje os realizadores encontram dificuldades em engajar os públicos africanos do mesmo modo que os filmes estrangeiros o fazem, especialmente os de Hollywood.

Ao longo do tempo, os filmes africanos aumentaram bastante em número de lançamentos e diretores atuantes, porém a maioria ainda está subjugada às instâncias de consagração europeias e estadunidenses, mercados desejados e sem os quais não há chances de produção e de exibição fora de circuitos restritos – marcadamente, os festivais e a academia. Os cinemas africanos, portanto, raramente atingem o seu próprio público, seja pela linguagem, seja pela falta de salas de cinema, seja pelas dificuldades de distribuição que impedem a circulação comercial dos filmes na África e no resto do mundo, seja ainda pelas relações com investidores europeus, que privilegiam audiências ocidentais (ESTEVEES; LIMA, 2018). Em

²⁶ Uma vasta bibliografia se dedica a esse tema, e indico especialmente Diawara (1992) para uma perspectiva histórica dos cinemas africanos.

²⁷ Jonathan Haynes (2000) relata a surpresa ao constatar que seus alunos de 1997 do Department of Theatre Arts da University of Ibadan nunca haviam visto filmes africanos (que não fossem os vídeos nigerianos), tampouco os filmes nigerianos em formato celuloide (como os do Ola Balogun e Tunde Kelani, por exemplo). “Os estudantes compreendiam a análise dos problemas que a produção de cinema africano enfrenta e com frequência concordavam apaixonadamente com as motivações culturais nacionalistas dos cineastas africanos conforme ouviam a respeito delas, mas tinham grandes dificuldades em imaginar como seria um filme de Ousmane Sembène ou de Souleymane Cissé” (p. 12, tradução nossa). Original: “The students understood the analysis of the problems African cinema production faces, and they often agreed passionately with the cultural nationalist motivations of African filmmakers as they heard about them, but they had great difficulty imagining what a film by Ousmane Sembène or Souleymane Cissé would look like”.

sua contextualização sobre os problemas estruturais que impedem que os filmes alcancem o público africano, o pesquisador Jonathan Haynes aponta:

O cinema africano politizado deveria estar engajado com o seu público em um projeto de mudança social, mas o público coeso e mobilizado necessário é difícil de encontrar, e sempre foi difícil para cineastas africanos sequer se dirigirem a públicos africanos por causa dos contínuos e intratáveis problemas da distribuição de cinema na África, onde filmes estrangeiros, despejados de maneira barata pelos distribuidores internacionais, sobrecarregam o mercado e praticamente monopolizam as salas de cinema. Os próprios cineastas africanos [...] tiveram que aceitar um direcionamento mais comercial e as “parcerias” com coprodutores europeus como um elemento padrão necessário para realizar os filmes, dada a fraqueza de seus mercados domésticos, o fracasso em sustentar instituições pan-africanas para produção e distribuição e a ausência de um apoio efetivo de seus próprios governos. (HAYNES, 2000, p. 7, tradução nossa²⁸).

A Nigéria é um caso à parte nesse contexto. A cultura cinematográfica no país, que atualmente tem uma população de cerca de 216 milhões de pessoas, tornou-se muito popular entre os nigerianos, mas também nas comunidades diaspóricas, mais expressivamente nos Estados Unidos e na Inglaterra. Milhares de títulos foram lançados desde sua formação, no início da década de 1990, tornando o país um importante exportador cultural cujos produtos dominam o continente africano e o público africano em todo o mundo. Em 2014, por exemplo, o governo nigeriano estimou que a indústria era um setor de 3,3 bilhões de dólares, com 1.844 filmes produzidos somente em 2013²⁹. Em 2021, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, ou UNESCO) publicou um relatório sobre o atual cenário do campo do cinema em todo o continente africano, com uma análise de cada região e um perfil de cada país. Segundo o relatório, a indústria fílmica nigeriana atualmente emprega mais de um milhão de pessoas de forma direta e indireta nas áreas de produção, distribuição e exibição, produzindo cerca de 50 filmes por semana. Nollywood realizou 2.599 filmes em 2020 de acordo com o

²⁸ Original: “Politicized African cinema is supposed to be engaged with its audience in a project of social change, but the requisite cohesive, mobilized audience is hard to come by, and it has always been difficult for African filmmakers to address African audiences at all because of the continuing intractable problems of cinema distribution in Africa, where foreign films, dumped cheaply by international distributors, overwhelm the market and nearly monopolize the cinema theaters. African filmmakers themselves [...] have had to come to terms with a more commercial orientation and with “partnership” with European coproducers as a standard element in the making of films, given the weakness of their domestic markets, the failure to sustain pan-African institutions for production and distribution, and the absence of effective support from their own governments”.

²⁹ É difícil, no entanto, manter esses dados atualizados a cada ano, uma vez que os números se multiplicam de forma avassaladora no país, dialogando com as mais diversas formas de distribuição da contemporaneidade. Alguns autores especializados em Nollywood (HAYNES, 2020; MILLER, 2016) afirmam que os dados referentes à indústria estão cada vez mais inacessíveis, em geral pela falta de transparência dos seus já poucos e nada transparentes órgãos reguladores. A informalidade que também caracteriza Nollywood não ajuda na tarefa de obtenção de dados concretos.

National Bureau of Statistics (UNESCO, 2021), tornando-se a segunda maior indústria cinematográfica do mundo em termos de número de filmes produzidos, depois de Bollywood (da Índia) e antes de Hollywood. Desse número, apenas cerca de 200 filmes são lançados nos cinemas todos os anos, uma vez que a maioria das obras não é formatada para esse espaço, mas também pela falta de salas de cinema aliada a uma cultura de consumo de produtos audiovisuais em casa, na televisão. No cenário atual, as principais produtoras, em uma projeção de mais de cem empresas, incluem EbonyLife Films, Inkblot Productions, Film Trybe, Scene One Production, FilmOne Entertainment, Play Network Studios, Toyin Abraham Productions e BBB Media (UNESCO, 2021) – quase todas envolvidas com produções de baixos e altos orçamentos.

A essa indústria se convencionou chamar “Nollywood”, uma alusão direta à indústria estadunidense de Hollywood cunhada pela primeira vez por um jornalista nipo-canadense, correspondente no jornal *The New York Times* (ONISHI, 2002)³⁰. Em linhas gerais, a indústria nollywoodiana se destaca pela lógica interna totalmente articulada com os modos de consumo de produtos culturais na Nigéria e pela autossuficiência em comparação à produção de outros países africanos com suas cinematografias emergentes. Para Manthia Diawara, um dos mais importantes teóricos e historiadores dos cinemas da África, entusiasta de Nollywood, a relevância da indústria voltada para o consumo massivo direto para o vídeo está no fato de produzir narrativas que “representam um desejo coletivo inconsciente, para os espectadores nigerianos em primeiro lugar, depois para o resto da África e para a sua diáspora” (DIAWARA, 2009, p. 66), afastando-se substancialmente do projeto de cinema autoral, político e engajado que está nas origens dos cinemas africanos pós-coloniais.

[Os filmes de Nollywood] reconstituem as nossas fantasias acerca do Outro, os nossos medos e o colapso da ordem social em que vivemos. Entendo que a atração de Nollywood hoje em dia se baseia nestas fantasias, desejos narrativos e alegorias, apesar da má qualidade das imagens, do som e dos ângulos de filmagem. (DIAWARA, 2009, p. 66).

Mas não foi sempre assim. No período pós-independência, cineastas nigerianos como Adamu Halilu, Ola Balogun e Tunde Kelani produziram filmes em celuloide de forma independente por anos, representando uma leva de diretores que vinha de uma formação estrangeira na Europa, como muitos dos seus colegas de outros países africanos. Os realizadores buscavam estar em consonância com os esforços da cinematografia africana (e de países do

³⁰ Em outra ocasião, discuto sobre as disputas em torno dessa nomenclatura, apontando como a relação Nollywood/Hollywood é uma demanda ocidental por uma referência de indústria cinematográfica e a forma como o nome foi atribuído e não autoatribuído (ESTEVES, 2019).

chamado Terceiro Mundo) em expansão naquele momento e colaborar com um projeto político em busca de uma expressão autoral. Nesse sentido, o início da história do cinema nigeriano não se afasta tanto assim daquele de outras regiões do oeste africano, especialmente dos países de língua francesa. Como bem aponta Alejandra Val Cubero:

Essa nova onda de cineastas formados na França e na Inglaterra enfrentou inúmeros problemas para produzir e distribuir seus longas-metragens. Novos ares cinematográficos sopravam nos países chamados de Terceiro Mundo, os quais através de suas câmeras começaram a contar suas histórias, apesar de terem tido, como dissemos, pouco sucesso comercial. (VAL CUBERO, 2015, p. 45, tradução nossa³¹).

Outro dos mais importantes estudiosos dos cinemas da África, o nigeriano Nwachukwu Frank Ukadike, em seu livro seminal *Black African Cinema* (1994), faz uma análise da história do cinema nigeriano com foco nesses nomes do cinema autoral independente, estabelecendo uma relação com os outros movimentos cinematográficos em desenvolvimento no continente entre os anos de 1960 e 1980. Para Ukadike, que deu ao tópico sobre a Nigéria o título “Nigéria: paradoxo da mediocridade” (p. 141, tradução nossa), a falta de profissionalismo do audiovisual nacional – em comparação a outras regiões do continente, especialmente às dos países de língua oficial francesa – não representava o legado do teatro itinerante iorubá, uma das maiores manifestações culturais e artísticas nigerianas. Alheio ao fenômeno Nollywood, uma vez que sua publicação foi lançada quando a indústria ainda começava a tomar forma, Ukadike dedica grande parte da sua análise à figura do cineasta Ola Balogun, que realizou cerca de 15 filmes desde 1975, inicialmente se vinculando ao teatro iorubá e logo depois com produtoras de países como Estados Unidos e Brasil. Para o autor, é notável o fato de que, mesmo se vinculando a linguagens e formatos de produção diversos, os filmes não chamaram a atenção do governo o suficiente para ganharem apoio estatal: o projeto, carregado por Balogun, de tornar o cinema importante nacionalmente estava fadado ao fracasso. No entanto, o cineasta foi o primeiro a experimentar o sucesso do teatro itinerante iorubá no cinema (adaptações de seus espetáculos) com o filme *Ajani Ogun* (1975), protagonizado pela estrela do teatro iorubá Duro Ladipo. Sucesso comercial entre as audiências iorubá, o filme marcou o interesse de Balogun pelo “yorubaland”, parceria que se mostrou lucrativa, e o nome de Ola Balogun continua sendo o mais importante como pioneiro de um cinema nigeriano autoral e independente. Esse vínculo com o teatro iorubá itinerante foi fundamental para o que viria a se tornar Nollywood.

³¹ Original: “Esta nueva ola de directores educados en Francia e Inglaterra hizo frente a innumerables problemas para producir y distribuir sus largometrajes. Nuevos aires cinematográficos soplaban en los países llamados del Tercer Mundo, quienes a través de sus cámaras empezaron a contar sus historias, pese a que tuvieron, como hemos dicho, un escaso éxito comercial”.

Foi no início dos anos 1990 que esse cenário sofreu câmbios radicais com o aparecimento dos aparelhos eletrônicos e das fitas VHS na Nigéria. Jade Miller (2016) aponta para o fato de que é negligente pensar ou sustentar o discurso de que Nollywood surgiu “do nada”³². A autora faz um esforço de contextualização do nascimento da indústria a partir de uma perspectiva que leva em consideração a indústria cultural massiva da Nigéria nas décadas anteriores, com especial destaque ao teatro iorubá itinerante, fonte da qual, como vimos, Nollywood bebeu desde as suas origens. O imenso sucesso dos espetáculos itinerantes iorubá fez com que seus produtores passassem a gravá-los em celuloide para exibições ao vivo nos teatros, de modo a diminuir os gastos de viagem com equipes numerosas. De início, tratava-se apenas de apresentações filmadas, sem uma concepção de direção voltada para a linguagem fílmica, com o intuito de substituir a presença do espetáculo no palco. Com o tempo, esses projetos fílmicos ficaram mais robustos e passaram a ser feitos para consumo caseiro, gravados em VHS. Os primeiros produtores de Nollywood vêm dessa tradição, e o público que passou a consumir os filmes de Nollywood já consumia os produtos do teatro iorubá, ou seja, já estava habituado a uma linguagem de teatro e de palco, que de formas diversas foi levada para os filmes gravados com a intenção de serem vendidos para consumo caseiro.

Aliado a isso, o que conhecemos hoje como Nollywood foi impulsionado pelo surgimento, no início dos anos 1990, dos vendedores de aparelhos eletrônicos e fitas de vídeo chegados diretamente de países asiáticos e europeus, que precisavam criar um ambiente de demanda para esses produtos na Nigéria. Como as *soap operas* eram bastante populares na época, veiculadas no NTA (*Nigerian Television Authority*), canal de televisão pública do país, um desses vendedores de fitas VHS, o comerciante Kenneth Nnebue (o mesmo que teve a ideia de gravar os espetáculos iorubá em vídeo), passou a comissionar *soap operas* em um formato menor, que coubesse nas fitas VHS que ele precisava comercializar. A ideia, combinada com o contexto social e político daquele momento (que resultou em um ambiente de muita violência, de pouca gente circulando em áreas públicas à noite e de fechamento das poucas salas de cinema que existiam na Nigéria), culminou no consumo de entretenimento em casa, que se tornou o

³² A afirmação tem sido um lugar comum quando se fala sobre Nollywood nos mais diversos espaços, em geral para edificar sua colaboração para a história dos cinemas africanos. Penso que essa concepção vem do fato de, no âmbito das pesquisas sobre os cinemas africanos, existir um marcador que separa o contexto do cinema nigeriano e o dos países de língua oficial francesa, notadamente os do oeste do continente. Tal marcador tem como referência de “cinema africano” os filmes políticos e autorais de grandes nomes como Sembène, Hondo e Mambéty. Nesse sentido, Nollywood parece ter surgido “do nada” e sem diálogo com as outras cinematografias da África – e é notável que esses dois subcampos (Nollywood e “cinema autoral político”) raramente sejam estudados juntos como parte de um mesmo fenômeno.

espaço perfeito para que as fitas VHS com filmes baseados no sucesso das *soap operas* e do teatro itinerante funcionassem.

Uma quantidade de outros elementos que marcaram aqueles anos também prepararam o terreno para o advento da produção de *home video* nigeriana. A era de Babangida [*sic*]³³ foi marcada pela crescente falta de segurança e violência nas cidades ao sul da Nigéria, incluindo Lagos. A violência e a insegurança eram tão endêmicas que as pessoas ficavam fechadas em casa do pôr do sol ao amanhecer, abstenendo-se do entretenimento noturno fora de suas casas. Enquanto isso levou à morte da maior parte das salas de cinema existentes no sul da Nigéria, a situação também abriu espaço e demanda para entretenimento adequado para o consumo doméstico. (MILLER, 2016, p. 13, tradução nossa³⁴).

A forma de vender essas fitas também foi pensada estrategicamente: elas eram enviadas para as lojas de venda de eletrônicos, de forma que a presença de um produto servia de incentivo à compra do outro. Kenneth Nnebue³⁵ é, portanto, um nome chave para o *boom* da indústria audiovisual da Nigéria e foi o responsável pela produção do filme hoje considerado o primeiro e grande marco de Nollywood: *Living in Bondage*. Lançado em 1992 e todo falado em ibo³⁶, o filme dirigido por Chris Obi Rapu foi gravado em uma câmera VHS e com orçamento baixíssimo, porém com atores reconhecidos das *soap operas* e com um sistema de distribuição em *pack* que remetia aos *packs* de filmes estrangeiros, dando um aspecto de profissionalismo.

O sucesso de vendas revelou, na verdade, o sucesso do formato, e ainda que Nnebue não tenha tido o retorno financeiro do seu investimento – especialmente por conta da pirataria, problema que persiste até hoje –, estava seguro que aquela fórmula renderia lucros. Portanto, ele insistiu e em 1994 lançou outro filme importante, *Glamour Girls* (dirigido por Chika Onukwufor), seu primeiro investimento em uma narrativa falada em inglês, marcando também o movimento linguístico que viria a abrir caminhos para a internacionalização³⁷ de Nollywood.

³³ Ibrahim Badamasi Babangida é um general das forças armadas, oficial do exército nigeriano e chefe militar da Nigéria. Ele governou o país após seu golpe contra Muhammadu Buhari, em 27 de agosto de 1985, até sua saída do cargo, em 27 de agosto de 1993, após a anulação das eleições realizadas em 12 de junho daquele ano.

³⁴ Original: “A number of other elements that marked these years also set the stage for the advent of Nigerian home video production. The Babangida era was marked by increasing insecurity and violence in Nigeria’s southern cities, including Lagos. Violence and insecurity were so endemic that people took to shutting themselves indoors from sunset to sunrise, abstaining from evening entertainment outside the home. While this led to the death of most existent cinema houses in southern Nigeria, it opened space and demand for entertainment suited for home consumption”.

³⁵ Para uma análise do pioneirismo de Kenneth Nnebue no contexto de Nollywood e dos seus filmes mais importantes, ver Shaka (2003) e Haynes (2011). Neste, o pesquisador propõe uma análise autoral da trajetória de Nnebue, especialmente no que diz respeito à sua atuação em múltiplas funções criativas para além da produção executiva dos seus filmes.

³⁶ O ibo é uma das línguas nigerianas mais faladas no país, relativa à etnia homônima, ao lado do iorubá e do hauçá.

³⁷ Não só a internacionalização dentro da África, mas também fora do continente. Além disso, fazer filmes em inglês significava expandir o público dentro da própria Nigéria, já que a língua colonial se tornou oficial e é um

Miller aponta para a astúcia de Nnebue também no que diz respeito ao seu relacionamento com os idiomas do país e suas especificidades culturais. Para a pesquisadora, o produtor, de origem ibo, investiu primeiramente no sucesso popular massivo do teatro itinerante iorubá para logo depois realizar filmes em ibo (sendo *Living in Bondage* o primeiro grande sucesso) e migrar para o cinema falado em inglês, com vistas à internacionalização.

Aqueles de descendência igbo, é importante destacar, possuem uma reputação de serem os mais experientes em negócios dentre os grupos étnicos nigerianos, buscando oportunidades de negócios em locais onde nada existia antes. [...] Como os iorubás possuem uma reputação de serem particularmente expressivos culturalmente dentre os grupos étnicos da Nigéria (embora, é claro, os igbos e outros grupos étnicos do país também tenham produzido obras criativas relevantes e bem-vistas), essa junção das redes de negócios dos igbos e do talento dos teatros itinerantes organizados dos iorubás parece ser a perfeita combinação de duas tradições de organização: a cultural e a econômica. (MILLER, 2016, p. 16, tradução nossa³⁸).

Living in Bondage conta a história de Andy Okeke, um homem insatisfeito com sua situação financeira e posição social por não ter dinheiro, carros, mansões e joias. Sua vida dá um giro quando encontra um velho amigo, Paul, que agora é rico e lhe conta o segredo do sucesso: para mudar sua vida e ser rico e poderoso, precisa sacrificar um ente querido em um ritual. Com muito pesar, Andy decide sacrificar sua esposa, garantindo a riqueza e o *status* social que tanto queria. Apesar de bem-sucedido, sua vida vira um inferno quando o espírito da esposa começa a assombrá-lo. Para se livrar da maldição, Andy encontra Jesus Cristo, que salva sua vida.

Já *Glamour Girls* acompanha a vida de Sandra, uma jovem universitária desempregada que se muda para Lagos para tentar a sorte na cidade grande. Desesperada para progredir na vida, Sandra conta com a ajuda de Doris, uma amiga de infância que a coloca no mundo da prostituição de luxo em Lagos. Sandra se envolve com um político rico (um senador), que compra uma casa e um carro para ela e passa a sustentá-la. A reviravolta na fortuna fugaz de Sandra acontece quando ela se apaixona por um homem mais jovem e é traída por Doris, que revela seu segredo ao senador.

Para Haynes (2011), em um artigo no qual busca reconhecer a contribuição artística de Nnebue para Nollywood, *Living in Bondage* e *Glamour Girls* são fundamentais também por

dos idiomas usados para permitir a comunicação entre falantes dos mais de 300 idiomas existentes na região onde hoje se localiza a Nigéria.

³⁸ Original: “Those of Igbo descent, it is worth noting, have a reputation as being the most business-savvy of Nigeria’s ethnic groups, seizing business opportunities from those places where nothing before existed. [...] As the Yoruba have a reputation as particularly culturally expressive among Nigeria’s ethnic groups (though, of course, the Igbo and other ethnic groups in Nigeria have produced significant and well-regarded creative works as well), this combination of Igbo trader networks and organized Yoruba drama troupe talent would seem to be the perfect combination of two traditions of organisation: cultural and economic”.

estabelecerem aqueles que se tornaram os temas essenciais encontrados nos filmes nigerianos a partir de então: “a corrupção, turbulência moral e ansiedade generalizada da era pós-*boom* do petróleo; o *glamour* extravagante de Lagos; sexualidade excitante e perigosa; conflitos domésticos melodramáticos; e forças sobrenaturais imanentes, incluindo tanto obscuras práticas de culto como o cristianismo pentecostal” (HAYNES, 2011, p. 204, tradução nossa³⁹). Do teatro itinerante iorubá e das *soap operas*, Nollywood herdou também a linguagem do teatro e da televisão, tanto no que concerne aos tipos de atuação mais hiperbólicos como na linguagem que privilegia *close-ups* nos rostos dos atores em vez de longos planos panorâmicos, por exemplo.

Em linhas gerais, a estética nollywoodiana é marcada por uma escala de planos reduzida e repetitiva, com câmeras fixas que abusam de panorâmicas e do uso do *zoom*, além do campo e contracampo, que ocupam a maior parte do tempo dos filmes. Em função disso, a montagem é pouco criativa, com cortes previsíveis e brutos, que muitas vezes até confundem o espectador. Recursos básicos, como câmeras lentas e *zoom in*, são usados com frequência. A utilização de *fade out* é constante entre sequências e frequentemente acompanhada de uma trilha musical igualmente repetitiva, como uma espécie de “marca” da narrativa, tocando incessantemente e por cima das falas dos atores – sendo que quase sempre essas canções são usadas sem permissão dos detentores dos direitos autorais.

O som e a trilha musical são os elementos mais negligenciados na produção de Nollywood e cujo amadorismo é o mais fácil de detectar. O trabalho de captação de som é delicado e exige uma série de equipamentos e profissionais técnicos dos quais a indústria dos *home videos* não dispõe. Mesmo os filmes da Nova Nollywood apresentam sérios problemas de captação de áudio – apesar de o problema ser mais frequente em filmes realizados por produtoras menores –, com um personagem sempre soando mais alto que o outro, muitas vezes atrapalhando a fruição da história. Já a trilha musical não só se repete constantemente como é redundante e não parece ter nenhum programa poético a ela vinculada: são trilhas específicas para cenas de amor, suspense ou tristeza, e a correspondência entre a trilha e o conteúdo dramático da cena não deixa dúvidas, fugindo de ambiguidades. Como aponta Haynes, “nas trilhas sonoras, a música em estilo pop americano é despejada em todos os lugares, como tapetes baratos” (2000, p. 3, tradução nossa⁴⁰).

³⁹ Original: “the corruption, moral turbulence, and pervasive anxiety of the post-oil boom era; the garish glamour of Lagos; titillating and dangerous sexuality; melodramatic domestic conflicts; and immanent supernatural forces including both dark cultic practices and Pentecostal Christianity”.

⁴⁰ Original: “on the soundtracks, music in American pop styles is thrown down everywhere like cheap carpeting”.

Uma característica de todos os filmes nollywoodianos (arrisco dizer que sem nenhuma exceção) é a presença da parábola moral, do final feliz e da lição de vida. A comédia é um dos gêneros mais expressivos da cinematografia nollywoodiana: as *gags* estão sempre presentes, as atuações são constantemente hiperbólicas para potencializar o riso e as cenas se demoram em situações irrelevantes dentro da narrativa, mas que carregam em si a responsabilidade de fazer a audiência rir, além de oferecer uma incessante sensação de justiça e conforto.

Muitos dos filmes têm cenários em vilas tradicionais; alguns são ambientados no passado histórico; vários são “tradicionais” de maneira autoconsciente. Mas a maioria dos filmes é situada em cidades da Nigéria, sobretudo em Lagos, com suas autoestradas e ruas esburacadas, seus blocos de apartamentos e favelas, seus mercados de rua e lojas de carro, seus vendedores ambulantes exibindo dúzias de revistas e jornais locais. Se tivéssemos que escolher uma única imagem para representar a cultura dos vídeos, seria sem dúvida uma Mercedes Benz, que aparece de forma ubíqua como o símbolo da tão desejada vida boa, a recompensa tanto do bem quanto do mal, o símbolo de *status* social e mobilidade individual. (HAYNES, 2000, p. 2, tradução nossa⁴¹).

Haynes dedicou toda uma obra (2000) para analisar o modo como Nollywood criou seu próprio cinema de gênero ao longo do tempo, definitivamente se afastando de referências hollywoodianas como o único caminho a ser seguido. O autor está atento ao fato de que as histórias que Nollywood conta (e a maneira como elas são contadas) são mediadas pela natureza complexa da própria indústria audiovisual, e a análise do desenrolar dos temas e gêneros centrais de Nollywood está entrelaçada a um relato da natureza e da evolução da indústria. Ao se dedicar ao estudo dos gêneros, Haynes ilustra muito bem como Nollywood lida com temas, locações e públicos estratégicos, de modo a investir em nichos os mais diferentes para manter a indústria viva.

3.2 Disputas internas em um mesmo subcampo: Nollywood e Nova Nollywood

A população nigeriana passou, portanto, a ansiar por entretenimento e imagens que chegassem às telas das televisões, dentro de suas casas. O período era favorável não só para que produtores e investidores vendessem aparelhos eletrônicos (como câmeras e televisores negociados a preços acessíveis para grande parte da população nigeriana), mas também para as pessoas comuns, que podiam comprar esses equipamentos e aprender a mexer em câmeras de filmagem, percebendo a partir delas oportunidades no mercado audiovisual que se desenhava

⁴¹ Original: “Many of the films have traditional village settings; some are set in the historical past; many are self-consciously “traditional.” But most are set in Nigeria’s cities, above all in Lagos, with its freeways and potholed streets, its apartment blocks and slums, its street markets and car dealerships, its street vendors displaying dozens of local newspapers and newsmagazines. If one had to choose a single image to express the culture of the videos, it would undoubtedly be a Mercedes Benz, which appears ubiquitously as the symbol of the desired good life, the reward of both good and evil, the sign of social status and individual mobility”.

naquele momento. Nollywood tinha, então, a característica democrática de acolher qualquer pessoa que entendesse a lógica econômica que ali se apresentava, de modo que muitos outros nomes se seguiram ao de Kenneth Nnebue⁴².

Tais figuras, que assumiam o papel de investidores, passaram a ser reconhecidas popularmente na indústria pelo termo “*marketers*”, algo como “comerciantes” em tradução literal, referente ao seu ofício primeiro de comercializar produtos eletrônicos. Com o passar do tempo, a ideia de “comerciante” se tornou insuficiente para dar conta das figuras que, em poucas palavras, “mandavam” em Nollywood. Os *marketers* não eram só os que vendiam eletrônicos, mas também os responsáveis por todo o investimento de um filme: produziam, às vezes dirigiam (ou pelo menos conduziam a direção, a partir de um diretor contratado), decidiam sobre os roteiros e controlavam a distribuição. Como em toda indústria audiovisual, o poder está, de fato, concentrado em quem distribui as obras, ou seja, em quem faz possível o retorno dos investimentos, e em geral essas pessoas são as que ditam as regras. No caso de Nollywood, os *marketers* são as peças fundamentais para que a indústria continue existindo até hoje, com suas regras muito bem definidas e sua fórmula de sucesso repetida fervorosamente desde os anos 1990.

Essa fórmula é tão simples quanto qualquer outra que visa ao lucro rápido: produção em massa de produtos com alta demanda da sociedade a preços acessíveis – o que significa que o aspecto “artístico” não tem tanto valor como para garantir o retorno econômico dos investimentos. A concentração de capital econômico – ou seja, os produtores com mais poder de aplicação financeira, com mais entrada nas redes informais de distribuição e com mais lucros de vendas de mídias físicas –, portanto, é muito mais importante do que a conquista do capital simbólico específico (reconhecimento, prestígio e consagração no campo do cinema e do audiovisual). Os *marketers* estruturam e controlam os sistemas de produção e, sobretudo, distribuição de filmes na Nigéria, e é aí que se encontra o espaço fundamental de disputas no universo de Nollywood.

Em ensaio introdutório do livro que organizou sobre Nollywood, Pierre Barrot (2008) parte de uma declaração do cineasta francês Jean Rouch sobre a cultura do vídeo na Nigéria (a saber: “o vídeo é a AIDS da indústria cinematográfica”) para argumentar sobre a relevância de se pensar a indústria fílmica na África e apontar os efeitos da produção de vídeos na Nigéria

⁴² Podemos citar três dos mais relevantes e que fizeram parte das origens de Nollywood: Natty Brace, Amaka Igwe e Gabosky – este com uma história parecida com a de Nnebue, começando como *marketer* e depois atuando como produtor, diretor e distribuidor. Sua distribuidora G-Media é hoje uma das mais importantes da Nigéria, com um catálogo composto majoritariamente de filmes da Nova Nollywood. Para mais informações sobre suas atuações na indústria, ver Miller (2016).

como uma suposta “doença” do cinema africano. Para o autor, a cultura do vídeo, explorada no país, dialoga de forma coerente com as formas possíveis de se fazer cinema na África, e nem os vídeos, nem os filmes rodados em celuloide sofrem influência da distribuição dessas obras em salas de cinema no continente.

Desde quando a produção de filmes africanos tem dependido de sua distribuição em salas de cinema africanas? [...] Isto pode surpreender as pessoas, mas é verdade – a presença ou a ausência de um público em cinemas africanos não tem praticamente nenhum efeito na produção local de filmes. Aliás, isso não é um acontecimento novo: com ou sem vídeo, e com ou sem pirataria, um filme africano feito em celuloide não tem nenhuma esperança de cobrir seus custos de produção com as receitas oriundas de salas de cinemas africanas. (BARROT, 2008, p. 6, tradução nossa⁴³).

Barrot aponta para uma discussão interessante no que tange às lógicas de difusão de filmes na África, que possui números muito baixos de salas de cinema em todas as suas regiões. Como se sabe, até hoje os filmes africanos sofrem com dinâmicas de distribuição com poucas oportunidades, deixando as cinematografias do continente ainda em condição de invisibilidade. Se as críticas que fazem à cultura do vídeo remetem aos hábitos esportivos (assistir a filmes em casa ou em cineclubes, por exemplo) e às atividades de pirataria, o autor salienta que é assim que os filmes são e serão vistos em todo o continente.

Desse modo, a lógica pensada e articulada por Nollywood, de produzir e distribuir seus *home videos*, é a primeira experiência bem-sucedida de distribuição de filmes na África. Foi, portanto, no aspecto da distribuição que Nollywood se destacou e garantiu sua autonomia e sustentabilidade – e foi também nesse espaço onde se construíram as disputas pelo poder de controlar a indústria a partir de determinadas regras e não de outras. A base do surgimento de Nollywood é econômica, como já se percebe, então é no universo da distribuição (possibilidades, modos, formatos, abrangência, eficiência etc.), a partir da figura de poder do *marketer*, que o dissenso é instaurado entre os agentes do campo audiovisual da Nigéria. Ao longo das décadas, os filmes passaram a ocupar diferentes veículos e formatos para chegar ao público e atrair outras audiências, sempre em diálogo com os novos cenários que se formavam no país, e esses contextos surgiram a partir da tomada de posição de agentes do campo que lutavam por outras formas de produção e distribuição de filmes nigerianos, sem deixar de lado

⁴³ Original: “Since when has the production of African films depended on their distribution in African cinemas? [...] This might surprise people but it is true – the presence or absence of an audience in African cinemas has practically no effect on the local production of films. Moreover, this is not a new development: with or without video, and with or without piracy, an African film made on celluloid has no hope of covering its production costs with receipts from African cinemas”.

os objetivos comerciais voltados principalmente para o lucro. Era, portanto, uma disputa dentro do mesmo subcampo, o de produção massiva.

Antes de avançarmos nessa discussão, trato aqui brevemente dos cenários de difusão de filmes nigerianos no contexto de Nollywood: a venda de mídias físicas nos mercados de rua, o licenciamento para a televisão, a exibição em salas de cinema e o licenciamento para plataformas de *streaming*. É a partir desse cenário que se torna possível compreender o surgimento de uma nova Nollywood.

A produção de filmes para venda diretamente em formato físico, para consumo caseiro, vem de uma cultura bastante informal, sem contratos ou relatórios de números, e a informalidade também passou a ser uma característica fundamental para garantir o andamento lucrativo do mercado de *home videos* (MILLER, 2016). Miller aponta ainda que a noção de informalidade adotada por ela diz respeito ao fato de não haver em Nollywood nenhuma espécie de controle das atividades dos *marketers*, o que acaba concentrando o poder de decisões sobre a indústria nesse pequeno grupo de investidores, mas isso não significa desorganização.

O que quero dizer com informalidade [...] é uma indústria que é opaca, não documentada e que não possui nenhum recurso a instituições *legais* para a estruturar. [...] O trabalho laboral em Nollywood é, de fato, bastante organizado. O que quero dizer com organização é a responsabilidade, a estrutura (como os processos de audição em que cada sindicato envia um representante) e o potencial para a atividade coletiva, como a paralisação de uma produção ou a recusa de emprego a um indivíduo transgressor. (MILLER, 2016, p. 45, grifo da autora, tradução nossa⁴⁴).

Com o passar dos anos e o contínuo sucesso comercial de Nollywood, começou a se delinear uma separação entre as atividades de *marketer*, produção e distribuição. Se a mesma pessoa não assumisse as três funções, isso significava que os interesses em cada uma das fases poderiam divergir. Foi assim que muitos *marketers* tornaram-se produtores e/ou distribuidores, abandonando a relação direta com os vendedores do Alaba Market, o centro de vendas dos filmes de Nollywood, uma espécie de concentrado de camelôs onde os vendedores esperam ansiosos pela chegada de dezenas de títulos a cada semana, tornando-se muitas vezes rivais dos *marketers* que permaneciam ou chegavam na indústria.

De forma geral, os direitos dos filmes pertencem ao *marketer* (ou ao produtor, se não for a mesma pessoa), que escolhe equipe e elenco, além de definir quais roteiros devem ser

⁴⁴ Original: “What I mean by informality [...] is an industry that is opaque, undocumented and that has no recourse to *legal* institutions to structure it. [...] Nollywood’s labour is, in fact, quite organised. What I mean by organisation is accountability, structure (such as the audition process in which each guild submits a representative) and potential for collective activity, such as shutting down production or refusing employment to a transgressing individual”.

filmados e como a história deve seguir. Os diretores são apenas contratados e muitas vezes não têm nenhuma habilidade na função, de modo que os nomes que mais importam em um filme são os do produtor e do elenco. Para um filme vender no mercado informal de Nollywood, é necessário que a capa do produto tenha estampados pelo menos dois rostos bem conhecidos do público – isso importa muito mais do que o enredo, por exemplo, e é uma característica típica das indústrias audiovisuais massivas. É o produtor, portanto, que organiza a produção e a distribuição. Os filmes são gravados direto para a mídia física (em um primeiro momento, em VHS, logo depois VCR e por último em DVD) e enviados para o Alaba Market e para outros mercados a céu aberto pela Nigéria. Os produtores/*marketers* negociam as mídias por um valor relativamente baixo, ao qual os vendedores adicionam um pequeno aumento. Em boas semanas, a venda de filmes de Nollywood é de entre 50 mil e 200 mil cópias, sendo que um *blockbuster* pode chegar até um milhão de cópias comercializadas – considerando que estamos falando aqui das versões autorizadas.

Para evitar a pirataria, um dos grandes problemas que assola a indústria, os *marketers* investem em um projeto gráfico mais exclusivo e esteticamente sofisticado, impresso em um local diferente daquele de produção das mídias físicas, de modo que o *pack* original é facilmente reconhecido e diferenciado da versão pirateada. Como em qualquer mercado de pirataria de mídias físicas, a probabilidade de encontrar o conteúdo esperado na mídia pirata é bem baixa, e na Nigéria não é diferente. De qualquer modo, as vendas de conteúdos pirateados são muito altas, e outra estratégia dos produtores é a de garantir um valor bem baixo para a oferta das mídias depois de duas ou três semanas de suas estreias, de modo que o público prefira comprar o original, uma vez que a diferença de preço é quase irrelevante. Dividir um filme em muitas partes a serem lançadas em específicos intervalos de tempo também é outra estratégia para driblar a ação da pirataria, uma vez que os vendedores não autorizados não têm tempo hábil para acompanhar os lançamentos continuados. Isso explica a quantidade imensa de filmes de Nollywood com horas e horas de duração, divididos em até dez partes, como uma *soap opera*.

Miller (2016) analisa as diversas camadas da atividade não autorizada de vendas de mídias físicas em Nollywood, fazendo uma relação com a própria informalidade que caracteriza a indústria. Mesmo que aqueles que pirateiam sejam “inimigos” dos *marketers*, estes já trabalhavam com vendas informais de produtos eletrônicos e de cópias de filmes hollywoodianos, de forma que o *modus operandi* do comércio de mídias físicas de Nollywood é conveniente para os agentes que são considerados os donos da indústria. Miller é taxativa ao afirmar que uma possível formalização dos processos de produção e distribuição dos vídeos nigerianos não é almejada pelos *marketers*, de modo que seus conflitos com os “piratas”

revelam uma lógica bem particular de Nollywood sobre o que é e o que não é “formal” ou “autorizado”, especialmente considerando a cultura da pirataria de filmes estrangeiros na Nigéria.

Outro modo de distribuição dos conteúdos nigerianos é a televisão. Multichoice, o conglomerado de mídia com sede na África do Sul, tem um serviço de televisão por satélite (chamado DStv) que atinge a maior parte do continente africano – mesmo que só exista em residências privadas da classe média e da elite e em espaços públicos, como saguões de hotéis, salões de cabeleireiros, bares e cineclubes. Entre as centenas de canais veiculados no DStv, muitos dos quais originários da Europa, dos Estados Unidos, do Oriente Médio e do Sul da Ásia, estão várias redes produzidas pela Multichoice, que juntas formam o que a empresa chama de M-Net. Em 2007, a M-Net lançou o canal Africa Magic, que transmite exclusivamente os *video films* de Nollywood em inglês. Foi um sucesso imediato, e, desde então, outros canais do Africa Magic foram criados, transmitindo não apenas filmes de outras partes da África (Magic World), mas também canais projetados especificamente para o mercado nigeriano, exibindo *video films* feitos em línguas nigerianas (Africa Magic Yoruba e Africa Magic Hausa) e com segmentos específicos⁴⁵. Isso significa que Nollywood está em exibição na televisão 24 horas por dia em quase todo o continente africano, o que aumenta sua popularidade e seu alcance em diversos países.

Um ponto consensual sobre os filmes de Nollywood é que, desde o surgimento, eles foram pensados para o consumo caseiro. Assim, inicialmente, como a forma de ver esses filmes era em família ou em outros grupos sociais, as narrativas não eram muito robustas ou complicadas de acompanhar e precisavam imitar a linguagem das *soap operas* para que o público não as estranhasse. Era, portanto, um movimento quase intuitivo que os filmes de Nollywood ocupassem o espaço da televisão, garantindo que eles continuassem a ser consumidos dentro de casa e em telas pequenas. Foi especialmente a partir da internacionalização de Nollywood no continente africano que países como Gana, Tanzânia, Quênia, Burkina Faso, Uganda e República Democrática do Congo⁴⁶ passaram a imitar o

⁴⁵ Miller relata que, até o momento da finalização do seu livro, havia o “Africa Magic Epic (filmes épicos), Showcase (lançamentos), Urban (uma mistura de filmes e séries televisivas ambientadas em cidades), Family (filmes sobre famílias), World (juntando a programação de múltiplas nações e regiões da África)” (2016, p. 149, tradução nossa). Original: “Africa Magic Epic (epic movies), Showcase (new movies), Urban (a mix of movies and television shows set in cities), Family (movies about families), World (mixing programming from multiple African nations and regions)”.

⁴⁶ As indústrias irmãs de Nollywood nesses países seguem a mesma lógica de nomeação: Ghollywood (Gana), Bongowood (Tanzânia), Riverwood (Quênia), Vollywood (África do Sul), Wakaliwood (Uganda) e Kannywood – esta também nigeriana, mas situada na cidade de Kano, no norte da Nigéria, com produção exclusiva de vídeos da etnia hauçá.

modelo de negócios pensado por Kenneth Nnebue para desenvolver seus próprios filmes estilo Nollywood.

Esse giro aconteceu precisamente quando os filmes de Nollywood passaram a ser licenciados para a televisão, e foi também aí que o *star system* da indústria nigeriana se estabeleceu. Nollywood virou uma mania, um produto cultural massivo expandido para todo o continente, atravessando inclusive barreiras linguísticas⁴⁷. O passo para a televisão foi, portanto, um dos aspectos que começou a, por um lado, enfraquecer o mercado de vendas de mídias físicas e, por outro, favorecer a entrada de novas formas de exibição, como em salas de cinema e distribuição em plataformas de *streaming*. Fortaleceu igualmente o hábito do consumo em casa, o que dialoga muito melhor com os hábitos espectatoriais do continente de forma geral, e mobilizou outros setores e classes sociais, uma vez que os espaços de distribuição estavam ampliados e ofereciam novas oportunidades de negócios no país.

Uma dessas novas oportunidades foi a reabertura das salas de cinema, e tal marco foi importante para o início de uma profunda transformação em Nollywood. As salas de exibição foram abertas novamente em meados dos anos 2000, logo após o *boom* dos filmes nigerianos na televisão e em um contexto de retorno à democracia no país. O primeiro multiplex inaugurado foi o Silverbird Galleria em Victoria Island, no ano de 2004, capitaneado pelo empresário Ben Murray-Bruce, que convenceu investidores no país de que existia demanda para salas de cinema, precisamente para assistir aos *blockbusters* de Hollywood na telona. Outro multiplex foi aberto no The Palms em 2008, mas foi somente em 2009 que um filme nigeriano chegou às salas de cinema, não sem algum receio. As obras de Nollywood não pareciam caber em telas grandes, para as quais, de fato, não foram pensadas. Além disso, os empresários não acreditavam na possibilidade de o público pagar um valor alto por um ingresso de cinema para ver um filme que poderia comprar por um quinto do preço no Alaba Market. Porém, como bem aponta Emily Witt (tradução nossa⁴⁸), “a ascensão do multiplex na Nigéria também encorajou a melhoria dos valores de produção de Nollywood”, e isso significava que as salas de cinema estavam interessadas em uma outra Nollywood, uma “nova” Nollywood.

O empresário Moses Babatope, diretor da rede de multiplex Filmhouse Cinemas, hoje a maior cadeia de salas de cinema na África Ocidental, fundou a FilmOne Entertainment, que atua como produtora de filmes da Nova Nollywood, bem como distribuidora dessas obras tanto

⁴⁷ Miller (2016) relata que muitos países africanos de língua oficial francesa, por exemplo, dublavam os filmes de Nollywood para que fossem exibidos em espaços públicos abertos e em cineclubes.

⁴⁸ Original: “the rise of the multiplex in Nigeria also encouraged the improvement in Nollywood production values”.

para as próprias salas de cinema quanto para plataformas como Netflix, Amazon, iTunes e Google Play. A FilmOne investe também no relacionamento com os grandes estúdios e distribuidoras de Hollywood, trazendo os seus *blockbusters* para a Nigéria, ao mesmo tempo em que busca impulsionar os filmes nigerianos em termos de bilheteria.

Segundo o relatório da UNESCO (2021), as salas de cinema na Nigéria apresentaram um crescimento notável nos últimos anos, passando de 218 salas em 2018 para 253 em 2020 – o equivalente a uma tela para cada 843,8 pessoas. A Nigéria concentra 94% das salas de cinema na região anglófona da África ocidental, em um cenário onde atuam 40 empresas exibidoras. Em 2019, o país registrou cerca de 16,8 milhões de dólares em bilheteria nos cinemas. As mais importantes empresas de multiplex na Nigéria são a Filmhouse, com 13 complexos em um total de 58 salas, a Genesis Cinemas, com dez complexos e 43 salas, e a Silverbird Cinemas, com seis complexos e 37 salas.

O relatório também aponta que, embora o número de cinemas na Nigéria ainda seja muito pequeno em comparação ao tamanho e à população do país, o crescimento dinâmico do setor é uma indicação da saúde da indústria cinematográfica local. Enquanto 80% da receita de bilheteria na Nigéria foi gerada por títulos de Hollywood em 2015, esse número caiu para 74% em 2019. Com o cancelamento ou adiamento da maioria dos lançamentos estadunidenses em 2020 por conta da pandemia da Covid-19, os filmes de Nollywood ocuparam o espaço vazio deixado por essas obras, levando a uma reversão do cenário, com produções de Nollywood gerando 56% da receita de bilheteria do ano. O cenário de crescimento das salas de cinema e investimento em uma mudança de hábitos da sociedade nigeriana foi terreno fértil para o surgimento de novas formas de se fazer cinema na Nigéria.

3.3 Mudança de paradigma sobre o audiovisual nigeriano: Nova Nollywood

No contexto relatado, a ideia de uma “nova Nollywood” surgia, atenta a todas as possibilidades de distribuição que se desenhavam para o futuro. O que hoje se entende como Nova Nollywood surgiu de um panorama de disputas em torno da linguagem dos filmes, de uma ideia de cinema nigeriano também para públicos não africanos e possibilidades de difusão para além do mercado informal do Alaba Market. Havia também uma disputa criativa entre *marketers*/produtores e cineastas: estes reivindicavam seus lugares de autoria sobre as obras e não queriam depender de direcionamentos que visavam somente ao retorno financeiro do investimento no filme, sem se importar com sua qualidade técnica e estética. Como em geral os diretores não tinham condições de investir na produção executiva dos seus filmes e tampouco queriam se submeter às exigências dos produtores, foram obrigados a buscar alternativas de

financiamento que incluíam empréstimos bancários, associações com grandes empresários e investimentos pessoais, além de coproduções com empresas produtoras de países como Estados Unidos e Inglaterra.

A autonomia criativa foi, portanto, uma das disputas mais importantes que fez surgir o novo momento em Nollywood, e os protagonistas desse cenário eram os jovens realizadores que buscavam se afastar da estética amadora da indústria, mas mantendo-se próximos dos públicos nigerianos. O mais interessante da Nova Nollywood, portanto, é uma proposta de negociação entre os valores artísticos de um filme (sua linguagem, estética, qualidade de produção etc.) e os valores econômicos intrínsecos à própria ideia de audiovisual no âmbito de Nollywood. Em outras palavras, em Nollywood, não havia lugar para cinema de arte ou filme de autor nos parâmetros europeus ou mesmo no “cinema africano” em geral. Nollywood é sobre fazer filme para ganhar dinheiro, é sobre entender o campo de produção como um campo econômico – porém isso não significa fazer obras ruins e sem qualidade técnica. É justamente esse conflito que abre uma arena de disputas entre aqueles que dominam a indústria (os *marketers*) e aqueles que querem implementar novas formas de produção, mesmo sem abandonar a lógica comercial – os cineastas e produtores da Nova Nollywood.

A abertura de salas de exibição cinematográfica na Nigéria, por sua vez, favoreceu a demanda por conteúdos mais “de cinema” e menos “de televisão”. As classes média e alta, ou seja, aquelas que podiam pagar ingressos em salas de cinema, representavam públicos mais sofisticados e habituados às narrativas hollywoodianas, que ocupavam a maior parte do parque exibidor da Nigéria. Para abrir concorrência com esse hábito espectral, era necessário investir em filmes com o mesmo potencial comercial e estético de Hollywood, e isso foi feito à risca. Aliado a isso estava o fato de que o público nigeriano que ia aos cinemas não estava necessariamente interessado em ver as típicas histórias de pessoas pobres que vivem em lugares pobres (na cidade ou no interior) e que fazem tudo para ficar ricos – o que seria um bom resumo dos tipos de histórias que em geral são contadas nos filmes de Nollywood. O mote das narrativas da Nova Nollywood que se tornaram sucessos de bilheteria na Nigéria é quase o contrário: pessoas ricas, vivendo nos bairros mais abastados de Lagos e fazendo tudo para não deixarem de ser ricos.

Os filmes da Nova Nollywood explicitamente rejeitam essa premissa ao se recusarem a ofertar histórias sobre uma África que está em processo de emergência (ver Ferguson, 1999). Assim, em filmes da Nova Nollywood, conforme temos visto, membros da classe média não escaparam recentemente de uma condição prévia de pobreza; Nova Nollywood dá como certa a existência de uma classe média, de modo que é a vida afetiva da classe média, ao invés de seus antecedentes de classe ou afluência, que é um tema frequente desses filmes. [...] Essa razoavelmente constante oposição nos filmes da Velha Nollywood entre a busca da modernidade e a equivalente força da tradição é quase ausente nos filmes da Nova Nollywood. Diferentemente dos personagens dos filmes da Velha Nollywood, que lutam para se libertar do peso da tradição, os protagonistas nos filmes da Nova Nollywood são dotados de um nível de agência e têm oportunidades de movimentação que contrastam com as limitadas opções de seus predecessores. (ADEJUNMOBI, 2015, p. 41-42, tradução nossa⁴⁹).

Foi assim que, por volta de 2015, abundaram filmes sobre mulheres ricas que enfrentam os dilemas da meia idade (*Cinquentonas*), comédias românticas sobre a busca pelo casamento perfeito (*Casamento às Avessas*, entre tantos outros), histórias de famílias riquíssimas que não sabem o que fazer com tanto dinheiro (*Your Excellency*, de Funke Akindele, 2019; *Papai Poderoso*, ou *Chief Daddy*, de Niyi Akinmolayan, 2018; *The Royal Hibiscus Hotel*, de Ishaya Bako, 2017) e filmes de gênero de ação, policial e crimes em geral, como *King of Boys*, *Devendo pra Máfia* (ou *Sugar Rush*, de Kayode Kasum, 2019) e *Gêmeas da Quebrada (Omo Ghetto: The Saga*, de JJC Skillz e Funke Akindele, 2020), além dos famosos melodramas, herança dos gêneros da Nollywood dos *home videos*, como *A Estrada Nunca Percorrida (Road to Yesterday*, de Ishaya Bako, 2015). De forma geral, o novo público nigeriano ansiava por histórias para o cinema e não só para a televisão. Os grandes executivos e outros trabalhadores passaram a ir ao cinema para fugir dos horários de pico do tráfego de Lagos e estavam dispostos a pagar um valor muito mais alto do que o preço que pagam pelas mídias físicas oficiais ou pirateadas. Nova Nollywood na Nigéria era, portanto, um cinema para públicos mais abastados, para aqueles que desprezavam os *home videos* e que esperavam mais qualidade do cinema nigeriano, além de uma experiência de sala de cinema – e foi para esse público que tais espaços foram pensados.

⁴⁹ Original: “New Nollywood films explicitly reject this premise by declining to offer stories about an Africa that is in the process of emerging (see Ferguson 1999). As such, in New Nollywood films, as we have seen, members of the middle class have not recently escaped from some prior condition of poverty; New Nollywood takes the existence of a middle class for granted, so that it is the affective life of the middle class, rather than their class antecedents or affluence, that is a frequent subject matter of these films. [...] This fairly constant opposition in Old Nollywood films between the pursuit of modernity and the countervailing force of tradition is all but absent from New Nollywood films. Unlike the Old Nollywood film characters who struggled to free themselves from the weight of tradition, the protagonists in the New Nollywood film are gifted with a level of agency and opportunity for maneuver that contrasts with the limited options of their predecessors”.

Acolho aqui a definição de Miller (2016) para a Nova Nollywood. A autora aponta que o conflito entre diretores e *marketers* sobre o controle criativo das obras e a vontade dos primeiros de trabalhar com orçamentos mais robustos e obter reconhecimento de seus pares no campo de produção da cultura levaram ao rompimento entre uma velha e uma nova forma de fazer filmes na Nigéria.

Várias tentativas foram feitas para capturar o poder dos *marketers* e oferecer ao braço criativo a possibilidade de orçamentos maiores e mais controle criativo. Embora esses esforços sejam contínuos, nos últimos anos, esses diretores de mais destaque e seus aliados alcançaram algumas conquistas e acabaram por ser conhecidos como a “Nova Nollywood”. Nova Nollywood consiste em um pequeno grupo de produtores e diretores de Nollywood reconhecidos internacionalmente realizando filmes que são majoritariamente autofinanciados e que buscam ativamente esquemas de distribuição que não dependam unicamente da distribuição física nos mercados ao ar livre controlados pelos *marketers*. (MILLER, 2016, p. 36, tradução nossa⁵⁰).

Para Haynes (2014a), da mesma forma que Nollywood surgiu de uma crise (econômica, política e social na Nigéria do final dos anos 1980), a Nova Nollywood também surgiu de um momento crítico, dessa vez da própria indústria audiovisual da Nigéria, com um mercado saturado pela sua própria fórmula, a pirataria atrapalhando os lucros e agentes criativos dispostos a oferecer algo novo no cenário emergente. É esse tipo de desgaste que, para Bourdieu (1996), revela um espaço dos possíveis para a movimentação de novos agentes no campo, que entram na disputa por reconhecimento e distinção e tomam novas decisões sobre o funcionamento do campo.

Outra característica importante vinculada ao surgimento da Nova Nollywood é a propensão que seus filmes têm de ocupar espaços de consagração do cinema, como festivais internacionais, ainda que poucos (considerando a quantidade de filmes produzidos anualmente) sejam selecionados em grandes festivais fora de um enquadramento de “filme nigeriano comercial” – enquadramento diferente, portanto, do “cinema africano”, um cinema, espera-se, mais autoral e político. Em 2016, o Festival Internacional de Cinema de Toronto (Toronto International Film Festival, ou TIFF) exibiu oito filmes nigerianos da Nova Nollywood⁵¹ dentro

⁵⁰ Original: “Various efforts have attempted to capture power from the marketers and provide the creative arm with the possibility of bigger budgets and more creative control. While these efforts have been ongoing, in the past few years, these higher-profile directors and their allies have made some gains and have come to be known as ‘New Nollywood’. New Nollywood consists of a small group of internationally well-regarded Nollywood producers and directors making movies that are largely self-financed and that actively pursue distribution schemes that don’t solely rely on physical distribution in open-air markets controlled by the marketers”.

⁵¹ O *line-up* foi composto pelos filmes: *A Lei de Okafor* (*Okafor’s Law*, de Omoni Oboli, 2016), *Taxi Driver: Oko Ashewo* (de Daniel Emeke Oriahi, 2015), *1976: Entre o Amor e a Revolução* (‘76, de Izu Ojukwu, 2016), *Casamento às Avessas*, *Just Not Married* (de Uduak-Obong Patrick, 2016), *The Arbitration* (de Niyi Akinmolayan, 2016), *Green White Green* (de Abba Makama, 2016) e *93 Dias* (*93 Days*, de Steve Gukas, 2016).

do programa *City to City*, que a cada ano destaca a produção cinematográfica de uma grande cidade do mundo. A cidade em questão era Lagos, o grande centro audiovisual da Nigéria⁵², e o evento reuniu as equipes de todos esses longas – alguns deles com estreia mundial na ocasião. Foi também no TIFF, em 2018, que o longa-metragem *Lionheart* marcou a história do cinema nigeriano como o primeiro “original Netflix” do país.

Ao longo dos anos, surgiram muitos festivais pelo mundo dedicados exclusivamente à Nollywood: NollywoodWeek Paris, Toronto International Nollywood Film Festival (TINFF), Nollywood Travel Film Festival (itinerante), Nollywood Film Festival Germany e New York Nigerian Film Festival. Apesar de o nome “Nollywood” figurar nos títulos de quase todos os eventos, ele aparece mais como sinônimo de cinema nigeriano⁵³, uma vez que esses festivais exibem mais filmes da Nova Nollywood do que de Nollywood.

A Nova Nollywood teve início com verdadeiros melodramas, como *Tango With Me* (de Mahmood Ali-Balogun, 2010), passando por filmes com aspectos sobrenaturais, como *Sete Anos de Sorte (The Figurine: Araromire)*, de Kunle Afolayan, 2009), logo incorporando narrativas de comédia que se misturam a outros gêneros, como o policial *Confusion Na Wa* (de Kenneth Gyang, 2013), e filmes de ação que remetem a clássicos do cinema estadunidense, como *Taxi Driver: Oko Ashewo*. Alguns desses filmes chegaram a estrear em festivais internacionais antes de ocupar as salas de cinema nigerianas e, no caminho, tiveram que lidar com as ameaças da pirataria, uma vez que os públicos dos *home videos* também queriam ver os filmes da Nova Nollywood, mas em suas casas e por valores bem mais baixos – ou seja, em DVDs piratas, porque mesmo os DVDs oficiais eram vendidos por valores muitas vezes inacessíveis.

Um elemento que surgiu da Nova Nollywood foi a relevância dos números de bilheteria, algo totalmente fora de propósito para a velha Nollywood. De repente, as métricas oficiais importavam: orçamentos dos filmes; números de salas de cinema na Nigéria; números da população nigeriana *versus* a pequena parcela que paga para ir ao cinema; números de ingressos vendidos de filmes nigerianos; e números comparativos entre estes e os filmes hollywoodianos, que também ocupavam as mesmas salas. Tais números conduziam as decisões de abandonar um projeto ou de investir em continuações, orientavam novas estratégias de mercado e definiam

⁵² Miller (2016) destaca o protagonismo da cidade de Lagos no percurso da história de Nollywood. A autora aponta para espaços específicos da metrópole que atuam como espaços de decisão importantes da indústria. Para um estudo detalhado sobre a relação entre Lagos e Nollywood, ver Haynes (2007, 2016).

⁵³ No campo audiovisual nigeriano, existe uma disputa em torno do que pode ser definido como Nollywood. Enquanto internacionalmente a ideia de Nollywood é vinculada a todo e qualquer filme produzido na Nigéria, existem diversas formas de produção e estéticas dentro do cinema do país, muitas delas bastante distantes daquilo que caracteriza a Velha Nollywood. Discuto tal aspecto com mais detalhes no capítulo final desta tese.

destinos, como festivais internacionais, premiações e lançamentos em DVDs, na televisão ou em plataformas de *streaming*. Qualquer uma dessas alternativas levava ao mesmo lugar onde tudo começou: as casas nigerianas, o consumo caseiro e o espaço onde mensurar números voltava a ser confuso e complexo, mas a mudança apontava para uma possível transformação na informalidade de Nollywood e em sua falta de transparência.

Ao mesmo tempo, números atribuídos aos filmes dessas novas produções passaram a ter valor também simbólico, um marcador de distinção, resultado das novas formas de se fazer filmes na Nigéria. Foi com a Nova Nollywood que o nome dos diretores nos créditos passou a ter mais importância, ainda que os produtores executivos continuassem a assumir o protagonismo em muitos dos casos – como em toda indústria massiva. Apesar das diferenças entre a velha e a nova Nollywood, os produtos focados em audiências massivas permaneceram como os grandes definidores da indústria. Isso é importante para entender o lugar da Netflix nesse cenário alguns anos depois, quando a empresa passa a fazer parte do campo.

Os números de bilheteria podem ser também entendidos como o sucesso de uma aposta dos diretores da Nova Nollywood na qualidade técnica dos seus filmes. Os valores de produção passaram a ser outro importante símbolo de distinção para esses realizadores, que se mostraram muito preocupados em divulgar as informações técnicas de seus filmes, como tipos de câmeras e lentes usadas, a equipe especializada contratada (figurino, direção de arte, efeitos especiais, maquiagem etc.), bem como em aparecerem seguros, publicamente, de suas competências como agentes do cinema e do audiovisual. Como aponta Adejunmobi (2015, p. 43, tradução nossa⁵⁴), “uma convicção de que a educação formal e o esforço individual garantem prosperidade à classe média claramente ressoa com parte do público na Nigéria e na diáspora africana”.

O interessante aqui, no entanto, é observar que, enquanto Nollywood construiu uma lógica de mercado que em geral garante o retorno de investimento na produção de um filme (considerando que são produções de baixíssimo orçamento e com um esquema de distribuição pensado para audiências massivas a um custo reduzido, como já vimos), a mesma situação é muito difícil de acontecer com os filmes da Nova Nollywood e seus orçamentos milionários. Por mais que a pequena parcela da população nigeriana pagante de ingressos ainda represente um número expressivo (quando levamos em conta a população total do país) e mesmo que consideremos o contexto de crescimento dos complexos de cinema na Nigéria, ainda assim é necessário que os diretores e produtores busquem alternativas de distribuição, para além do parque exibidor, para que possam recuperar minimamente os investimentos nas obras.

⁵⁴ Original: “A conviction that formal proficiency and individual exertion ensure middle-class prosperity clearly resonates with select audiences in Nigeria and the African diaspora”.

Alguns títulos da Nova Nollywood foram bem-sucedidos nessa tarefa, e um exemplo que interessa aqui é o da empresa EbonyLife Media, liderada por Mo Abudu, cujo braço EbonyLife Films é responsável pela produção de quatro dos dez filmes nigerianos com maior bilheteria da Nigéria de todos os tempos: *Casamento às Avessas*, *Casamento às Avessas 2 (The Wedding Party 2: Destination Dubai)*, de Niyi Akinmolayan, (2017), *Papai Poderoso* e *Your Excellency*. Todos esses filmes estão ou estiveram disponíveis na Netflix em âmbito global (ou seja, ofertados em todos os países onde a Netflix opera), bem como os outros títulos que figuram na lista dos mais vistos nos cinemas da Nigéria, como *Devendo pra Máfia*, *King of Boys* (que ganhou uma continuação lançada como “original Netflix” em agosto de 2021, em formato seriado, chamada *King of Boys: O Retorno do Rei*), *Lua de Mel à Jamaicana (A Trip to Jamaica)*, de Robert Peters, (2016), entre diversas obras em uma lista de cem filmes⁵⁵, todos eles assinados por diretores e produtores da Nova Nollywood.

Adejunmobi (2015) argumenta que os agentes da cadeia de produção da Nova Nollywood estão a todo momento buscando uma inserção na indústria com base em seus elementos de distinção, ao mesmo tempo em que procuram negociar com as audiências nigerianas e internacionais ou ocidentais – uma vez que os públicos dos Estados Unidos e da Inglaterra, por exemplo, são também almejados. A autora cita os filmes *Tango With Me* e *Último Voo para Abuja (Last Flight to Abuja)*, de Obi Emelonye, (2012) como exemplos de produções mais sofisticadas e com orçamentos milionários voltadas para públicos internacionais, mas que apresentam narrativas que fazem concessões a todas as possíveis vertentes morais, de modo a não serem rechaçadas pelas audiências nigerianas.

No caso de *Tango With Me*, que conta a história de um casal recém-casado que sofre eventos traumáticos na noite de núpcias, ao mesmo tempo em que a protagonista tem autonomia para tomar suas decisões a despeito da discordância do marido, “sensibilidades evangélicas ressoaram com os públicos na Nigéria e na diáspora nigeriana que já estão acostumados com os contos morais da Velha Nollywood” (ADEJUNMOBI, 2015, p. 45, tradução nossa⁵⁶). Já em *Último Voo para Abuja*, o final que pune somente o personagem que se mostrou moralmente condenável foi criticado no âmbito dos agentes criativos da Nova Nollywood por remeter ao

⁵⁵ Esta lista, disponível em https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_highest-grossing_Nigerian_films, merece uma análise mais detalhada, e voltarei a ela no capítulo 5. Destaco que os dados mencionados são relativos ao meu primeiro acesso à lista, ainda em 2021. No momento de finalização desta tese, algumas das posições citadas já haviam mudado. Acesso em: 20 mar. 2021.

⁵⁶ Original: “evangelical sensibilities resonated with audiences in Nigeria and the Nigerian diaspora already accustomed to Old Nollywood’s morality tales”.

tipo de encerramento punitivo típico dos filmes de Nollywood, o que significou uma atitude de receio com relação aos públicos nigerianos acostumados aos filmes mais moralistas.

Uma estratégia adicional da Nova Nollywood foi investir em coproduções com outros países, como é o caso do longa *A Jornada de Chioma (Ijé: The Journey*, de Chineze Anyaene, 2010), estrelado por Genevieve Nnaji e gravado nos Estados Unidos. A trama acompanha a vida de Anya, uma mulher acusada de matar três homens em uma mansão em Hollywood Hills, inclusive seu marido, um produtor musical. Chioma (Genevieve Nnaji), sua irmã, viaja da Nigéria para Los Angeles e, com a ajuda de um jovem advogado, descobre que o segredo sombrio que Anya deseja manter escondido pode ser a única chance de garantir sua liberdade. O filme, que em 2021 entrou no catálogo global da Netflix, investiu não somente em uma trama que conecta Lagos a Los Angeles, mas também em elementos que o tornam mais “universal”, de modo a “provar” que o cinema nigeriano pode ser consumido como um filme de Hollywood. Um desses elementos é a inserção de uma canção da cantora franco-nigeriana Aşa (que havia então acabado de conquistar notoriedade mundial com seu primeiro disco homônimo) como elemento expressivo da narrativa, buscando se vincular com a internacionalização da artista e sua penetração nos Estados Unidos.

Na busca de se afastar das narrativas comumente associadas à África, especialmente no que diz respeito às “tradições” e aos “mitos”, virou típico dos filmes da Nova Nollywood, por exemplo, a autoironia com relação a esses temas. Títulos como *Sete Anos de Sorte* e *A Lei de Okafor* apresentam personagens que zombam de superstições e crenças nigerianas, dando aos filmes um sabor de “modernos”, ainda que, por fim, os tais mitos sejam comprovados ou colocados em perspectiva, sendo esses os próprios temas dos filmes.

Todos esses movimentos e novas estratégias de produção e difusão culminaram no universo proposto pela Nova Nollywood: filmes produzidos com orçamentos milionários; com qualidade técnica de produção; investimento em profissionais especializados em todas as áreas de criação e produção; coproduções internacionais; *star system* completamente renovado; e estreias programadas para festivais internacionais e salas de cinema.

A oposição à Nollywood estava posta e clara, e a indústria aumentava ainda mais em tamanho e complexidade. Com a entrada da Netflix, a Nollywood tradicional perdeu relevância no âmbito da distribuição em nível global – a qual se tornou, mais do que nunca, o grande objetivo dos realizadores nigerianos. Como constato ao longo desta pesquisa, os três primeiros filmes da Nova Nollywood adquiridos como “originais Netflix” (*Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*) são produções diretamente ligadas aos agentes do campo de produção audiovisual da Nigéria que mais tiveram relevância nesse contexto de disputas entre

uma “velha” e uma “nova” forma de fazer e exibir filmes, os quais passaram a ocupar posições de decisão que antes não existiam para eles: a *atriz* Genevieve Nnaji, a *produtora* Mo Abudu e o *diretor* Kunle Afolayan.

3.4 Os serviços de *streaming* em Nollywood e a formação de um novo campo de poder

Foi esse mesmo contexto que inspirou o empresário Jason Njoku a levar a distribuição de filmes nollywoodianos para a internet, inicialmente focando no público nigeriano em diáspora que vive na Inglaterra, mas logo depois mirando na mudança de hábitos espectatoriais da população na Nigéria: de assistir a filmes em *smartphones*. Conforme relata em entrevista concedida a Emily Witt (2017), Njoku teve a ideia de investir na venda de obras de Nollywood após ter percebido a dificuldade que sua mãe, nigeriana vivendo na Inglaterra, tinha para conseguir acessar DVDs desses filmes no país. Njoku tinha que fazer um grande esforço até conseguir que as mídias chegassem na casa de sua mãe e lhe chamou atenção a falta de informações sobre quem vende os filmes, onde eles são comercializados e a quem pertencem os direitos das obras. Assim como acontecia com sua mãe, uma comunidade imensa de nigerianos em diáspora buscava filmes de Nollywood em países estrangeiros, e foi aí que Njoku pensou que uma saída para resolver esse problema seria tornar os filmes disponíveis no YouTube. Foi assim que nasceu o canal NollywoodLove⁵⁷, que logo viria a se tornar a primeira plataforma de *streaming* de filmes nigerianos, a iROKOTv.

Para entender o cenário da entrada da Netflix na Nigéria, é imprescindível falar de Jason Njoku, da iROKOTv e de como esse primeiro serviço de *streaming* no país foi protagonista nas sucessivas mudanças dentro do campo social de Nollywood. O investimento no novo modelo de negócios mexeu profundamente com as estruturas da indústria audiovisual nigeriana, orientando-a para um movimento de formalização e internacionalização, dessa vez para fora do continente, com base na imensa população de nigerianos vivendo fora da Nigéria e sedenta por se manter conectada ao seu país de origem a partir do consumo de filmes de Nollywood. Também deu destaque à discussão em torno do consumo de filmes em telas de celular, hábito que crescia na Nigéria ao mesmo tempo em que a população era confrontada com limitações no acesso a dados móveis de internet suficientes para dar conta dos *streamings*. Em última instância, ampliou o debate sobre que tipos de filmes nigerianos deveriam ser produzidos, em que espaços e para quais públicos, dentro e fora do país e do continente.

⁵⁷ O canal do YouTube permanece ativo no endereço <https://www.youtube.com/user/NollywoodLove>, mas a marca não existe mais com esse nome, substituído por “iROKOTv”. Acesso em: 7 jun. 2022.

O surgimento da iROKOTv estava também em consonância com o desejo de alguns diretores e produtores de Nollywood que queriam se desvincular do monopólio de distribuição representado pelos *marketers*. Jason Njoku não demorou a conseguir investidores para a plataforma, cuja ideia já havia mostrado excelentes resultados via YouTube, e passou a licenciar centenas de filmes nigerianos, pagando preços relativamente altos em comparação aos valores os quais os produtores e diretores de Nollywood estavam acostumados a lucrar via mercado informal. Se, por um lado, Njoku sofria para entender a quem pertenciam os direitos de cada filme (informação sempre nebulosa quando se trata de Nollywood, onde diversos agentes afirmam propriedade sobre uma determinada obra), por outro, forçou um *modus operandi* formal, com a assinatura de contratos (momento inclusive filmado para fins de proteção legal junto às autoridades nigerianas e britânicas), uma vez que precisava registrar os números de todas as fases do investimento.

Com o tempo, a iROKOTv melhorou sua relação com produtores, diretores e *marketers*, especialmente por colocar em prática um formato de distribuição global que atingia efetivamente as diásporas africanas no mundo – ou pelo menos aquelas falantes de inglês e das línguas nigerianas. Njoku passou também a comissionar conteúdo original iROKOTv e a vender o licenciamento para empresas televisivas e companhias aéreas em diversos países. Apesar de o impulso original ter sido atender às diásporas nigerianas, o objetivo final da plataforma era o de se tornar a maior da Nigéria, entrando de forma expressiva na lógica de distribuição de conteúdo do país e investindo em hábitos de consumo que se desenhavam no horizonte.

A empresa de Njoku transferiu sua sede de Londres para Lagos, onde compra os direitos globais online para exibição de filmes nigerianos e guia seus esforços para dominar a distribuição no mercado doméstico nigeriano, sua assumida meta de longo prazo, mas que está, até o momento, ainda muito distante de ser alcançada. (MILLER, 2016, p. 132, tradução nossa⁵⁸).

Miller constatou isso em 2016, já apontando para um possível desajuste entre os interesses da iROKOTv e de seus investidores com negócios operando em todo o mundo e a lógica industrial de Nollywood, que, como vimos, foge de registros formais e de um controle que não seja dos *marketers*. Miller afirma que o fato de a plataforma permitir rastrear o número de *views* e manter documentados todos os contratos de distribuição oferece segurança aos investidores e aumenta a curiosidade de produtores e realizadores que se interessam por essa outra lógica de produção e distribuição dos vídeos nigerianos. Tanto para os investidores como

⁵⁸ Original: “Njoku’s company moved their headquarters from London to Lagos, where they purchase the global online rights to Nigerian movies and guide their push to dominate distribution in the domestic Nigerian market, their stated long-term goal, but one which is, as yet, still quite distant”.

para os agentes da cadeia audiovisual da Nigéria, o alcance que a iROKOTv tem sobre países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Itália, Espanha, Alemanha, França, Malásia, Nigéria e Gana⁵⁹ é mais do que suficiente para gerar confiança e segurança – o contrário do que é oferecido por Nollywood.

A Netflix entrou oficialmente como produtora de conteúdos na África em 2019⁶⁰, quando ocorreu o lançamento do longa-metragem nigeriano *Lionheart*, de Genevieve Nnaji, na plataforma, com distribuição global em caráter exclusivo. Com a pandemia da Covid-19, houve um crescimento das plataformas digitais na Nigéria e em toda a África, e a Netflix declarou recentemente que seus assinantes na África passaram da marca de dois milhões (FLOOD, 2022), tendo a Nigéria se tornado um mercado importante para a empresa estadunidense.

Desde 2019, o foco da Netflix na Nigéria tem sido em adquirir títulos “*premium*” da Nova Nollywood que já tiveram suas temporadas em salas de cinema nigerianas. Godwin Iretomiwa Simon (2021), em artigo que analisa a atuação de plataformas de *streaming* na Nigéria, aponta para as restrições da Netflix no que concerne ao seu funcionamento interno e à falta de adaptação à realidade social e econômica do país:

Curiosamente, [a Netflix] não adaptou seu sistema de precificação para a Nigéria ou qualquer outro país africano. O pagamento é unicamente através de cartões. Além disso, não foi anunciada nenhuma parceria com bancos e/ou empresas de telecomunicações locais. Considerando a realidade econômica da Nigéria e de muitos países africanos, ainda não está claro como a Netflix pretende avançar pelo continente considerando sua precificação particular, que a torna o serviço de *streaming* mais caro operando no continente, uma vez que ela estendeu aos mercados africanos a mesma política de preços uniformes. Lobato (2019) observa que, desde 2016, há uma opção no aplicativo da Netflix para *download* via wi-fi de programas a serem assistidos mais tarde – um recurso projetado para viajantes, usuários com acesso irregular à internet e aqueles que precisam gerenciar cuidadosamente o uso de sua banda larga. Contudo, a opção de *download* não se preocupa com a quantidade de dados, como é o caso de outros serviços de *streaming* [...]. A Netflix não possui um recurso para realização de *downloads* em alta, média ou baixa resoluções. (SIMON, 2021, p. 14, tradução nossa⁶¹).

⁵⁹ Lista dos países onde a iROKOTv tem mais assinantes, de acordo com Miller (2016, p. 133).

⁶⁰ Importante não confundir com o ano em que a Netflix começou a operar na África: 2016.

⁶¹ Original: “Curiously, it has not localized its pricing system for Nigeria or any African country. Payment is only through cards. Also, no partnership with local banks and/or Telcos has been announced. Considering the economic reality of Nigeria and many African countries, it remains unclear how Netflix intends to permeate the continent considering its distinctive pricing that makes it the most expensive streaming service operating on the continent as it has extended its uniform pricing policy to the African markets. Lobato (2019) observes that since 2016, there has been an option within the Netflix app to download shows over Wi-Fi to watch later – a feature designed for commuters, users with irregular access to the Internet, and those who need to carefully manage their bandwidth. However, the download option is not data-sensitive like the case with other streaming services [...]. Netflix has no feature to download on high, medium or low resolutions”.

O problema da velocidade da internet na Nigéria continua sendo o grande impediador do crescimento de serviços de *streaming* no país. Segundo o relatório da Unesco (2021), a Nigéria tem a maior taxa de penetração da internet na África, atingindo 96,1% em dezembro de 2020. O número de usuários da internet na Nigéria aumentou de 85 milhões em 2019 para 99,5 milhões em 2020. O uso da internet deve crescer para 131 milhões em 2023 e chegar a 65,2% da população em 2025 – em relação aos atuais 46,6%. Cerca de 79% do consumo de internet acontece por meio do celular, 19,18% ocorre por meio de *desktops* e 1,13%, por *tablets*. Em janeiro de 2020, 83% da população do país (169 milhões de pessoas) tinha linhas móveis, o que representou um aumento de 7,7% em relação a janeiro de 2019. Existem pelo menos vinte empresas no país provedoras de internet, fazendo com que a conexão alcance diversos públicos e classes sociais, porém o acesso aos dados necessários para assistir a filmes em boa qualidade em serviços de *streaming* ainda é o grande desafio imposto às empresas do setor.

A iROKOtv já testou diferentes estratégias, incluindo a instalação de totens da empresa em pontos específicos de grandes cidades nigerianas, onde os usuários do serviço podiam não só recarregar seus telefones, mas também conectar-se gratuitamente ao aplicativo para baixar filmes e assistir a eles *offline*. Os arquivos das obras hospedadas na iROKOtv passam por uma compressão significativa, de modo a diminuir seus tamanhos e, conseqüentemente, a quantidade de dados necessária para rodar os filmes no celular.

Embora a iROKOtv tenha tentado implementar soluções criativas para os problemas de precificação, pagamento e *streaming*, ainda precisa encontrar uma maneira de contornar as exorbitantes taxas de dados cobradas pelas empresas nigerianas de fornecimento de internet. Isso significa que a iROKO na Nigéria é mais popular – ou até mesmo simplesmente possível – em domicílios de pessoas ricas e entre aqueles que podem utilizar as conexões de internet em seus ambientes de trabalho. (MILLER, 2016, p. 137, tradução nossa⁶²).

Apesar de hoje haver esforços para ampliar as formas de distribuição de filmes de Nollywood e da Nova Nollywood para televisão, salas de cinema e internet, a raiz de Nollywood permanece ligada à forma física, especialmente para a geração dos anos 1990 e 2000, ainda que existam relatos de que a quantidade de DVDs nos mercados do Alaba Market tenha diminuído consideravelmente nos últimos anos (HAYNES, 2020), sem dúvida por conta da chegada dos serviços de *streaming* e do consumo de conteúdo audiovisual em *smartphones*. Como aponta Witt (2017),

⁶² Original: “Though iROKOtv has tried to implement creative solutions to pricing, payment and streaming problems, it has yet to find a way to disrupt the exorbitant data pricing charged by Nigerian ISPs [internet service providers]. This means that iROKO in Nigeria is more popular – or even just possible – with wealthy households and those using the internet connections provided at work”.

A história de Nollywood, entretanto, é a história de uma indústria definida por seus obstáculos, e há pouca dúvida de que Nollywood se adaptaria a um futuro modelo de distribuição de maneiras que provavelmente serão tão imprevisíveis quanto a própria ascensão da indústria. Empreendedores como Maduegbuna e Njoku estão tentando chegar lá primeiro, torcendo para que a mudança tecnológica de assistir a filmes de Nollywood em DVDs para assistilos em celulares ofereça a oportunidade de levar mais lucros de volta para as pessoas que produziram os filmes. (WITT, 2017, p. 94, tradução nossa⁶³).

A observação remete à discussão em torno dos públicos nigerianos capazes de acompanhar essas mudanças nas dinâmicas de distribuição de Nollywood, uma vez que quem pode ver filmes em salas de cinema e assinar serviços como a iROKOTv, a Multichoice (e seus canais vinculados) e a própria Netflix são as classes mais abastadas do país. Para além dos problemas econômicos e de conexão, qual é a vantagem que existe nesses serviços, uma vez que em pouco tempo os mesmos títulos serão comercializados ilegalmente no Alaba Market? Para os produtores e detentores dos direitos dos filmes, o pagamento recebido por empresas como iROKOTv e Multichoice para distribuição online e em voos aéreos sempre compensou manter uma relação saudável com essas multinacionais. O retorno financeiro em Nollywood é, como sabemos, mais importante do que o prestígio e o reconhecimento da classe artística. No caso da Netflix, como constato ao longo da tese, o valor simbólico de estar na maior plataforma de *streaming* do mundo importa como nunca, mas somente para uma parcela dos agentes criativos da indústria cinematográfica da Nigéria – os da Nova Nollywood. A aposta por uma mudança de paradigma da informalidade para a formalidade é ainda alta para Nollywood, mas tanto a iROKO Limited (empresa-mãe da iROKOTv) como a Netflix estão investindo em conteúdo original. No entanto, a Netflix tem algo que a iROKOTv nunca considerou ter: estratégias multinacionais.

De 2017 para 2021, muito se avançou nessa discussão, e tanto a iROKOTv como a Multichoice⁶⁴ têm sofrido o impacto da entrada da Netflix na Nigéria, ainda que não tenham

⁶³ Original: “The story of Nollywood, however, is a story of an industry defined by its obstacles, and there is little doubt that Nollywood would adapt itself to a future model of distribution in ways that will likely be as unpredictable as the rise of the industry itself. Entrepreneurs like Maduegbuna and Njoku are trying to be there first, hoping that the technological shift from watching Nollywood movies on discs to watching them on phones will offer a chance to bring more profits back to the people who produced the movies”.

⁶⁴ No final de 2020, a Multichoice anunciou um acordo com a Netflix e a Amazon Prime Video para incluir os dois serviços de *streaming* na oferta de produtos transmitidos pela rede de satélite. Segundo Calvo Mawela, executivo chefe da Multichoice, “precisamos começar a nos preparar para garantir que nos tornemos a plataforma de preferência para as pessoas que consomem esses serviços. Se você é uma loja onde elas conseguem obter tudo isso... nós nos posicionamos muito bem no mercado para que conquistemos clientes” (SPACE IN AFRICA, 2020, online, tradução nossa). Original: “We need to start preparing ourselves to make sure we become the platform of choice for people to consume these services. If you are a one-stop-shop where they can get all of this... we position ourselves very well in the market for us to gain customers”.

saído completamente de cena⁶⁵. Segundo o relatório da Unesco (2021), em 2019, os estúdios de produção da iROKO e seus canais de TV foram adquiridos pelo canal europeu (francês, especificamente) Canal+, ainda que Njoku tenha continuado a se dedicar ao serviço VOD (*video on demand*, ou vídeo sob demanda). Até novembro de 2020, a iROKOtv tinha cerca de 300 mil assinantes.

Todas essas formas de distribuição de filmes de Nollywood convivem no mesmo tempo e espaço, ainda que, como vimos, uma se sobreponha às outras em diferentes períodos. Enquanto novos hábitos de consumo são criados e alimentados ao longo dos anos, a Netflix se insere em um cenário de disputas que abrange todas essas modalidades de produção e distribuição que comentei aqui. No âmbito da relação entre África e Netflix, a Nova Nollywood se estabelece como o espaço contemporâneo da indústria audiovisual nigeriana onde o serviço de televisão distribuída pela internet decide atuar e com quem escolheu se associar. Se os serviços de *streaming* já tinham ocupado uma posição importante nas dinâmicas do campo do audiovisual da Nigéria, a Netflix se posiciona como um agente do campo de poder ao ocupar o lugar de financiadora, produtora e difusora em nível global.

3.5 Limites e articulações entre Nollywood e o “cinema africano”

Desde o nascimento do cinema, a África faz parte do seu sistema global, ainda que inicialmente cumprindo um papel de público para filmes de indústrias massivas (como as de Hollywood, Bollywood e filmes de kung-fu), cujas narrativas em nada se aproximavam de suas realidades e eram, em sua maioria, extremamente racistas. Como destaquei anteriormente, o cinema realizado por africanos na África teve início no pós-independências (anos 1960) e foi uma resposta direta às narrativas coloniais sobre o continente. Esse movimento, no entanto, instaurou uma relação que Haynes (2011) define como contraditória entre os realizadores africanos e aqueles que tornam possível a produção de filmes africanos. Fazer filmes em película na África nos anos 1960 só se tornou possível com o investimento estrangeiro, inclusive dos ex-colonizadores, ou seja, estabeleceu-se uma dependência neocolonial que persiste até hoje, especialmente com relação à França. O resultado foi uma cinematografia autoral, muitas vezes “intelectualizada”, longe de ser autossustentável e que dificilmente conseguiu sair dos nichos de festivais e da academia.

⁶⁵ Desde junho de 2021, a iROKOtv tem divulgado uma campanha para incentivar o investimento de pessoas comuns nas ações da plataforma, movimento que pode ser entendido como um impacto da entrada da Netflix na Nigéria, uma concorrente difícil de vencer.

Como aponta Haynes (2011) ao comentar sobre a abordagem da academia acerca dos estudos de cinemas africanos, uma grande diferença entre os filmes autorais e os filmes de Nollywood é a própria identificação do problema de pesquisa a partir da análise ou da observação de obras específicas. Em uma cultura audiovisual onde o fenômeno é mais importante que os filmes em si, obter “um conjunto de filmes canônicos, que é uma pré-condição necessária para discutir os vídeos como uma tradição artística, ao invés de descrevê-los como um fenômeno com exemplos escolhidos mais ou menos aleatoriamente” (p. 81, tradução nossa⁶⁶), torna-se um verdadeiro obstáculo e explica ainda mais a distância que existe entre esses dois universos também no âmbito da pesquisa acadêmica.

Se os primeiros autores (e muitos contemporâneos ainda hoje) olhavam para os filmes africanos para pensar questões em torno de autoria, descolonização, panafricanismo, anticolonialismo, antirracismo etc., com os filmes de Nollywood a chave de análise deveria necessariamente mudar para pensar “os filmes de gênero ou as funções de um *star system* e de poderosos produtores/*marketers*, que, dada a natureza do cinema africano em celuloide, têm recebido pouca atenção em seus estudos” (HAYNES, 2011, p. 81, tradução nossa⁶⁷). Haynes chama atenção ainda para a necessidade de, no campo de estudos de cinemas africanos, investir em teorias e metodologias que apontem para os limites das estratégias interpretativas da teoria do autor ou das análises unicamente imanentes quando fenômenos de arte massiva estão em jogo dentro do contexto – esforço para o qual contribuo com esta tese, com a preciosa ajuda de Pierre Bourdieu (1996).

Tal binarismo surge como legado de estudos como o de Nwachukwu Frank Ukadike (1994) e sua conceitualização do cinema africano como um cinema negro, politizado e comprometido com uma abordagem realista da autenticidade da experiência africana. No seu entendimento, compartilhado não só por outros pesquisadores como também entre muitos realizadores dos pós-independências, tornando-se referência para estes, o cinema africano não poderia jamais se render ao mero entretenimento. Em um artigo publicado em 2000, Ukadike já reconhece o valor de Nollywood na história em emergência dos cinemas da África, mas ainda reitera que “esses vídeos são fundamentados em uma cultura assumidamente comercial e

⁶⁶ Original: “a set of canonical films, which is a necessary precondition for discussing the videos as an artistic tradition as opposed to describing them as a phenomenon with examples picked more or less at random”.

⁶⁷ Original: “genre films or the roles of a star system and powerful producer/marketers, which, given the nature of African celluloid cinema, have been given little attention in their studies”.

parecem indiferentes à agenda de responsabilidade social do cinema africano contemporâneo” (UKADIKE, 2000, p. 258, tradução nossa⁶⁸).

Porém, como sabemos, os filmes de Nollywood estão bastante atentos às questões sociais que assolam a Nigéria, como corrupção, segurança, desemprego e situações de vulnerabilidade em geral. Haynes (2011), inclusive, faz uma interessante relação entre filmes dirigidos por Ousmane Sembène, Souleymane Cissé e Abderrahmane Sissako e alguns títulos produzidos em Nollywood no que concerne à abordagem de seus temas. A diferença fundamental é o modo de contar, as formas narrativas de uma cinematografia e de outra – os filmes autorais “estilo FESPACO”⁶⁹ são aqueles que agradam os públicos europeus, enquanto as obras de Nollywood conversam diretamente com o público nacional e continental.

As incessantes reclamações sobre a necessidade de o cinema africano ter que agradar os financiadores em Paris e Bruxelas e os públicos em Berlim e Toronto podem nos distrair de sua necessidade e seu desejo de alcançar também os públicos africanos, o que sempre foi sua motivação principal, não importando qual fosse o resultado, e esses públicos africanos têm quase tudo em comum com Nollywood, em suas preocupações e seu senso de humor. (HAYNES, 2011, p. 84, tradução nossa⁷⁰).

A diferença fundamental aqui é que estamos falando de um produto cultural, e Nollywood soube, como ninguém, construir uma demanda espectral e entregar o esperado. Mesmo que, como aponta Diawara (2010), na própria Nigéria os discursos sobre Nollywood estejam com frequência divididos entre admiradores e detratores, a polêmica surge justamente do fato da indústria ter um relacionamento muito saudável com o seu público, apesar de seus filmes serem considerados por alguns como de abordagem “demasiado negativa para a imagem da Nigéria, demasiado sexista, misógina e violenta em relação às mulheres africanas, demasiado servil e demasiado perdida na ideologia cristã, no consumo, na alienação, em complexos de inferioridade e no primitivismo” (p. 67). O próprio autor, no seu esforço de enaltecer as qualidades do que chama de “revolução de Nollywood” (p. 67), sem se esquivar dos reais problemas de qualidade de produção que os vídeos apresentam, resolve a polêmica com uma importante (e óbvia) declaração: “Só os espectadores nigerianos, que são quem consome os

⁶⁸ Original: “these videos are grounded in an unapologetic commercial culture and seem quite indifferent to the social responsibility agenda of contemporary African cinema”.

⁶⁹ A expressão é relativa aos filmes que em geral são selecionados e premiados no FESPACO (Panafrican Film and Television Festival of Ouagadougou, ou Festival Pan-Africano de Cinema e Televisão de Uagadugu), o mais importante festival de cinema africano na África, em Burkina Faso, e que até hoje é tido como referência de legitimidade da qualidade dos filmes do continente. A crítica embutida nessa expressão se refere ao fato de que o FESPACO privilegia filmes autorais e políticos.

⁷⁰ Original: “The incessant complaints about the need of African cinema to please funders in Paris and Brussels and audiences in Berlin and Toronto may distract us from its need and desire to reach African audiences as well, which has always been its primary motivation, whatever the outcome has been, and these African audiences have nearly everything in common, in their concerns and sense of humor, with Nollywood’s”.

vídeos, podem influenciar os produtores para que melhorem a respectiva qualidade” (p. 73) – o que, em última instância, questiona a pertinência das críticas daqueles que não se enquadram no público para o qual Nollywood nasceu e se desenvolveu.

Nesse sentido, é interessante o aporte que Miller (2016) traz à discussão ao apontar que Nollywood é constantemente analisada ou colocada em perspectiva com o “cinema africano”, mas raramente com os outros produtos da cultura popular nigeriana, como a música (Fela Kuti, D’Banj, P-Square) e a literatura (Chinua Achebe, Wole Soyinka, Chimamanda Ngozi Adichie). Tais nomes representam o modo como a cultura nigeriana já se expandiu globalmente, sendo que Nollywood é apenas a última das expressões culturais a aparecer nesse contexto. Deslocar Nollywood para a discussão do “cinema africano” acaba por reduzir o fenômeno a abordagens teóricas que não reconhecem o seu valor de contribuição para a cultura nigeriana e para os cinemas da África, o que em várias medidas se reflete na invisibilidade desses filmes em espaços de consagração de “filmes de arte”.

Essas questões, e o contexto teórico que embasa o estudo delas, são bastante diferentes dos temas e paradigmas que têm regido a crítica do cinema africano. A emergência dos *video films* possui características sociais, políticas e históricas inteiramente diferentes daquelas do cinema africano. Sendo um fenômeno local, popular e fortemente comercial, tem passado despercebido em um nível internacional, não havendo sonoros manifestos, nem conversas empolgadas até altas horas da noite em cafés parisienses, nem convites para festivais de cinema em capitais recentemente libertas, nem sequer exibições organizadas por programas acadêmicos afro-americanos. Até então, os *video films* não geraram obras-primas nem grandes diretores prontos para triunfar em festivais mundiais em Veneza ou Berlim ou Cannes. (HAYNES, 2000, p. 4-5, tradução nossa⁷¹).

É certamente no que tange às dinâmicas de produção e difusão que Nollywood alcança as grandes metas que o “cinema africano” jamais atingiu. Como vimos ao longo deste capítulo, o público nigeriano sempre foi o objetivo final de todos os agentes ativos nesse campo: *marketers*/produtores, diretores e empresários da área de distribuição de conteúdo audiovisual. Isso sinaliza um trunfo importante por representar completa independência de financiamentos de países não africanos, o que mantém o cinema nollywoodiano totalmente alheio às lógicas que regem o “cinema FESPACO” da África.

⁷¹ Original: “These issues, and the theoretical context that supports their study, are quite different from the themes and paradigms that have governed the criticism of African cinema. The emergence of the video films has an entirely different social, political, and historical character from that of African cinema. A local, popular, and commercially based phenomenon, it has been unheralded on the international level, with no ringing manifestos, no excited late-night conversations in Parisian cafés, no invitations to film festivals in newly liberated capitals, not even screenings organized by African-American academic programs. So far the video films have produced no masterpieces or major directors ready to triumph at world festivals in Venice or Berlin or Cannes”.

A Nigéria [...] possui muito pouco material que pode submeter aos circuitos de festival de cinema, mas está satisfazendo a necessidade de muitas pessoas africanas por representações de suas próprias vidas. Os vídeos nigerianos estão retratando as fantasias, os sonhos, os medos, as dúvidas, as aversões e os entusiasmos de um país que é tão grande que boa parte do resto do continente parece ser capaz de se ver ali dentro. (BARROT, 2008, p. 9, tradução nossa⁷²).

Ao falarmos de Nova Nollywood, especialmente no contexto de entrada da Netflix, acredito que uma negociação começa a surgir entre esses dois polos binários e essencialistas: ao mesmo tempo em que os novos realizadores lutam por espaços destinados ao “cinema africano”, como festivais, academia e mesmo as salas de cinema em todo o mundo, eles não abandonam a lógica comercial e massiva dos filmes nigerianos. Os nomes que se tornaram importantes na Nova Nollywood são os responsáveis por filmes que ampliam sua noção de “popular e massivo” para além da Nigéria, comprometendo-se com mais qualidade de produção e de criação. São filmes de gênero em sua essência, porém realizados por profissionais focados também no resultado estético dos produtos, algo que nunca foi prioridade em Nollywood. De uma forma geral, não são “filmes Nollywood” nem “filmes FESPACO”.

Quando a Netflix decide colaborar com esses realizadores (produtores, diretores e *star system*), ela está se associando a um modo de se fazer filmes na Nigéria (e, por extensão, na África) que não apenas foge do binarismo “comercial” *versus* “autoral”, mas, em última instância, simplesmente o ignora. Essa negociação promovida pela Nova Nollywood constrói um espaço favorável e conveniente para a atuação da Netflix, que desestabiliza as lógicas de difusão de filmes africanos até então, performadas tanto pelos filmes de Nollywood como pelos do “cinema africano”.

Simultaneamente, no momento em que a Netflix se coloca como financiadora e distribuidora, ela acaba por assumir, na Nigéria, o lugar que as instituições de fomento e de difusão francesas ocupam até hoje nos cinemas da África: um lugar de poder que representa a própria condição para que os filmes sejam produzidos e distribuídos, ou seja, um lugar de decisões, de dizer o que pode e o que não pode ser feito, de pautar temas e formas de se construir narrativas – do mesmo modo que a França atua com os outros países africanos cujos filmes são produzidos a partir dos seus programas de fomento.

Como acompanhamos neste capítulo, a entrada da Netflix no audiovisual nigeriano acontece precisamente no seio de disputas entre uma velha e uma nova Nollywood. Nesse

⁷² Original: “Nigeria [...] has very little that it can submit to the film festival circuit but it is satisfying the need of many African people for images of their own lives. Nigerian videos are portraying the fantasies, dreams, fears, doubts, hatreds and enthusiasms of a country that is so large that much of the rest of the continent seems to be able to find itself in there somewhere”.

campo, detectamos a ruptura entre um cinema mais profissional e um amador, o qual caracteriza a indústria desde o seu surgimento. Isso significa, portanto, que a Nova Nollywood destacou-se por sua autonomia, pela sua “autenticidade no desinteresse” (BOURDIEU, 1996, p. 245), pelo seu investimento em lucros simbólicos à frente dos lucros econômicos, distinguindo-se dos produtos massivos e voltados somente para a lógica do lucro imediato e da pouca preocupação com critérios mais artísticos. Os *marketers* (que praticamente fundaram a indústria e foram os responsáveis por definir quem está apto ou não a atuar nesse campo, o que é um filme de Nollywood e como funcionam seus métodos de produção e circulação, ou seja, quem dita as regras e estabelece os limites) passaram a ter seu poder questionado, recebendo como reação outra proposta de se fazer filmes na Nigéria sem necessariamente abandonar a lógica comercial da indústria.

O mais instigante nesse cenário é que mesmo os agentes criativos da Nova Nollywood estão inicialmente inseridos em um contexto econômico da indústria que é fundamental e característico e, “por mais livres que possam estar das sujeições e das solicitações externas, são atravessados pela necessidade dos campos englobantes, a do lucro, econômico ou político” (BOURDIEU, 1996, p. 246), portanto autônoma e ocupando uma posição de “arte maldita”. No momento em que a Nova Nollywood resolve romper com as lógicas de funcionamento da velha Nollywood e se associar à Netflix, Nollywood perde relevância, e a Nova Nollywood passa a ocupar ou representar o lugar de arte massiva, se movendo do subcampo de produção restrita para o subcampo da grande produção – cenário no qual Nollywood simplesmente desaparece.

Nesse sentido, a relação entre agentes mobilizada pela Netflix passa a ser a daqueles da Nova Nollywood com os realizadores e as realizadoras africanas de outros países do continente que não a Nigéria (ou a África do Sul, ou seja, as indústrias que funcionam no continente). Essa “mobilidade” da Nova Nollywood de um extremo a outro dentro da estrutura do campo social no qual está a indústria audiovisual nigeriana revela um retorno às questões pertinentes ao campo do cinema africano em luta por sua autonomia, questões com as quais não costumava se preocupar. A Nova Nollywood não só perde autonomia como passa a fazer parte do campo em emergência do cinema africano.

Considerando que os campos de produção artística estão, no campo do poder, em uma posição subordinada ou dominada, é a lógica econômica, no caso dos cinemas da África, que atravessa e condiciona as suas dinâmicas de funcionamento. No atual estágio das condições de produção dos cinemas da África, com raríssimas exceções, todos os filmes artisticamente relevantes são produzidos com dinheiro europeu. A Netflix entra aqui como mais uma possibilidade de aporte financeiro, com uma atuação homóloga à da França: recebe propostas,

seleciona, financia e distribui. Nessa configuração, tanto os “filmes FESPACO” como os filmes da Nova Nollywood e de outras indústrias como a África do Sul revelam um grau de autonomia muito baixo com relação às posições dominantes (financiadoras) do campo, estando cada vez mais sensíveis às solicitações dos agentes do campo do poder – os programas de financiamento de filmes africanos da França e a Netflix. As relações de forças dentro desse campo do cinema africano que luta por autonomia têm, com a entrada da Netflix, mais um aspecto que reforça a dependência das demandas de organizações financeiras não africanas, estas que têm seus projetos e objetivos específicos ao se associar com determinados setores da produção audiovisual do continente.

Interessa para esta tese, portanto, compreender como a Netflix ocupa uma posição no campo do poder sobre a indústria audiovisual nigeriana (o que contextualmente explica a própria possibilidade de ação da plataforma sobre os cinemas da África) e como sua atuação afeta o campo em emergência do cinema africano quando mobiliza questões historicamente tão caras a essas cinematografias: os meandros da produção e da difusão de filmes em nível local e global.

No capítulo seguinte faço uma análise da Netflix como um serviço de televisão distribuída pela internet e de como sua associação com Nollywood permite que a empresa assuma um lugar importante no campo do poder, que dificulta o processo de autonomização do campo do cinema africano. Após discutir a própria noção de campo do poder de Pierre Bourdieu (1996) nesse cenário, busco refletir sobre como, em termos práticos, a Netflix exerce poder em função de suas estratégias de programação para públicos globais a partir de um gesto curatorial, que em última instância representa um projeto global sobre as histórias locais africanas a partir de Nollywood.

4 O LUGAR DA NETFLIX NO CAMPO DO PODER: PROJETO GLOBAL E ESTRATÉGIAS CURATORIAIS

Em toda a contribuição sociológica de Pierre Bourdieu, um dos conceitos desenvolvidos com menor profundidade foi o de campo do poder (DENORD, 2017; SOUZA, 2014). O autor utilizou o termo em pelo menos três contextos: da sociologia da classe dominante, da teoria geral dos campos e da sociologia histórica do Estado. De uma forma geral, “pode-se definir o campo do poder como o espaço em que se estabelece o valor relativo dos diferentes tipos de capitais que proporcionam um poder sobre o funcionamento dos diferentes campos” (DENORD, 2017, p. 75-76).

Os agentes que fazem parte desse campo, segundo o diagrama de Bourdieu disponível na Figura 3, são aqueles com alta concentração de capital econômico, ou seja, os que ocupam posições dominantes nos campos econômicos e cujas disputas internas “têm por aposta a transformação ou a conservação do valor relativo das diferentes espécies de capital que determina, ele próprio, a cada momento, as forças suscetíveis de serem lançadas nessas lutas” (BOURDIEU, 1996, p. 244). No caso particular do campo de produção cultural, analisado por Bourdieu em *As Regras da Arte*, a concentração de capital cultural no campo do poder é igualmente relevante, pois ele é um fator importante na variação de concentração de capitais dentro do campo do poder.

A distribuição segundo a desigual dotação em capital econômico é cruzada com a distribuição segundo o capital cultural possuído que, por sua vez, hierarquiza os campos segundo uma ordem inversa. Desse modo, o campo do poder seria organizado pela oposição entre posições dominantes do ponto de vista econômico ou temporal, mas dominadas culturalmente, por um lado e, por outro, dominantes do ponto de vista cultural e dominadas economicamente. (DENORD, 2017, p. 76-77).

Souza (2014) completa:

É um conceito que objetiva evitar a compreensão das relações de dominação presentes num campo particular a partir apenas das práticas, representações e posições de indivíduos e grupos do campo específico, objeto da análise. Estabelece, assim, o cuidado analítico com a constituição do poder que cada um deles tem para “interferir na transformação ou na conservação” das leis específicas de cada campo, ou seja, de interferir nas disputas pelos graus de autonomia que estão em jogo nestes campos. (SOUZA, 2014, p. 25).

Para defender a ideia da Netflix como um agente do campo do poder que impacta as disputas entre os agentes do campo audiovisual da Nigéria, é fundamental compreender o seu lugar dentro desse campo de poder e suas relações com os outros agentes dotados de poder econômico similar, mas que estão em disputa justamente pelo acúmulo de capital cultural que lhes coloca em outro patamar de legitimidade dentro do campo de produção cultural analisado.

Isso significa que quanto mais a Netflix se apresenta não somente como um serviço que visa pura e simplesmente ao lucro, mas também como uma plataforma que reúne o melhor da programação audiovisual do mundo, construindo catálogos cuidadosamente pensados para audiências globais e nichos locais, mais ela é legitimada no campo pelos pares e pelos agentes dos campos dominantes – ainda que sigam em disputa, uma vez que são concorrentes. Quando a Netflix lança o seu próprio selo de qualidade, atribui um valor a ele e passa a produzir suas séries e filmes originais, ela revela suas estratégias de poder sobre o campo que domina. Nesse sentido, é importante perceber como o lugar de qualidade e distinção instituído pela Netflix passa a ser desejado pelos campos dominados – os de produção massiva e restrita, ou seja, a Nova Nollywood e o cinema autoral africano –, o que acaba reforçando o lugar de poder da empresa no campo e munindo-a de legitimidade.

Existe, por sua vez, uma “tensão entre uma lógica econômica e uma lógica estética que se baseia num critério de apreciação mais autêntico e ‘puro’ das obras e autores nas relações entre os profissionais envolvidos” (SOUZA, 2014, p. 26) na criação de obras filmicas no campo audiovisual nigeriano e nas instituições responsáveis pela produção e difusão desses conteúdos. Ciente desse dilema, a Netflix tem entre suas estratégias a contratação de profissionais do audiovisual africano nos países onde lhe interessa atuar (Nigéria, África do Sul e Quênia, inicialmente), para ocupar posições de decisão sobre licenciamentos de filmes e séries africanas para o seu catálogo, bem como de quais obras africanas serão produzidas como originais pela plataforma. Desse modo, ela negocia sua atuação como investidora no âmbito de produção e difusão no audiovisual do continente com o capital cultural dos próprios agentes do cinema e televisão africanos, de modo a, ao mesmo tempo, manter seu lugar de poder e decisão e pleitear legitimidade ao “dar voz” aos africanos que, em teoria, fazem as escolhas do conteúdo produzido e distribuído pela Netflix. Trata-se, portanto, de uma negociação estratégica a partir dos modos de atuação dos agentes que possuem “disposições econômicas que, em certos setores do campo, são totalmente estranhas aos produtores, e disposições intelectuais próximas das dos produtores, dos quais podem explorar o trabalho apenas na medida em que sabem apreciá-lo e valorizá-lo” (BOURDIEU, 1996, p. 245).

No caso do campo audiovisual africano, essa relação de forças que se engendra quando as decisões são negociadas entre dominantes e dominados traz de volta questões há muito tempo caras à discussão sobre a apropriação das narrativas de África pelos próprios africanos. A falta de autonomia no processo criativo, como já vimos, é um impasse para a própria ideia de um campo do cinema africano, autonomia essa que, de forma ideal, só se estabelece quando os agentes criativos africanos não têm que atender as demandas do campo do poder. Ainda que a

Netflix convida os africanos para fazer parte dos processos de decisão, tais decisões têm de ir ao encontro de um projeto econômico que se constrói a partir de decisões curatoriais muito específicas – as quais levam à assinatura do serviço por parte do público. A questão, portanto, não é a natureza da plataforma em si, ou o modo como ela opera na África e em outras regiões do planeta – afinal, a Netflix está fazendo na África o que faz em qualquer outra região, o que “tem que fazer”, segundo sua lógica econômica –, mas como isso impacta o processo de autonomização do campo do cinema africano a longo prazo.

Neste capítulo, tento problematizar a atuação da Netflix como agente do campo de poder que impacta as dinâmicas de funcionamento do campo de produção em emergência dos cinemas africanos. Assim, a pertinência da discussão está no gesto de contextualização da entrada da Netflix como uma instância de poder homóloga ao poder que a França e outros países europeus exercem historicamente sobre os agentes criativos africanos, incentivando financeiramente seus projetos ao mesmo tempo em que impõem uma série de limites sutis em termos temáticos, linguísticos e estéticos, além de manterem o controle sobre os modos de distribuição. Interessante, portanto, pensar a Netflix a partir dos supostos diferenciais que ela traz para essa relação: a participação ativa de agentes criativos do audiovisual africano e a promessa de alcance global, algo que nunca chegou a acontecer para os cinemas da África. Argumento que a Netflix empreende um *projeto global* que vai além do alcance de público via distribuição de conteúdos na plataforma e tem relação, igualmente, com uma ideia ou um discurso hegemônico sobre a África a partir do audiovisual.

Partindo da contribuição fundamental de Walter D. Mignolo (2020) sobre a dimensão das experiências contemporâneas a partir da diferença colonial, as noções de “global” e “local” mobilizadas pelo autor são aqui convocadas e tensionadas para discutir a atuação da Netflix em parceria com os agentes das indústrias locais dos países nos quais investe e seu objetivo de alcançar públicos em todo o mundo a partir da construção de um projeto global no campo do audiovisual. Em um primeiro momento, trago a discussão de Mignolo em perspectiva com as colaborações dos filósofos africanos Valentin-Yves Mudimbe (2019), Achille Mbembe (2019) e Felwine Sarr (2019) quando pensam sobre discursos, imagens e representações de África fora do continente e a partir de referências não africanas.

Na segunda parte, convoco a autora Amanda Lotz (2017, 2021) e a ideia que defende de uma Netflix multinacional (em vez de global) e discuto a natureza do funcionamento da empresa e como ela se apresenta como um serviço de alcance mundial. O movimento ajuda a esclarecer o *projeto global* da Netflix junto às *histórias locais* da Nigéria nos filmes da Nova Nollywood, considerando as dimensões e ambiguidades que o termo “local” suscita nesses

contextos e na própria argumentação de Mignolo. Analiso como um projeto global de cinema, construído especialmente pela Europa, já afeta historicamente os cinemas africanos e como a Netflix aciona a mesma lógica no âmbito de sua atuação como um serviço de televisão distribuída pela internet. Com base na argumentação de Mignolo, discuto como as histórias locais nigerianas acolhidas pela Netflix para audiências globais são aquelas que, além de serem homólogas às narrativas hegemônicas estadunidenses, evitando causar estranhamento no “espectador global”, também apresentam temas em geral vinculados a uma ideia de África construída pelo próprio Ocidente.

Termino o capítulo refletindo sobre o projeto global da Netflix a partir de suas estratégias curatoriais para construir discursos sobre a África no cinema e sobre o cinema da África, demonstrando que é fundamental problematizar o lugar de uma empresa estadunidense com alcance em todo o mundo no universo de disputas em torno não só dos discursos sobre a África, mas mais especificamente sobre as dinâmicas que envolvem a própria existência dos cinemas africanos historicamente e os seus modos possíveis de sobrevivência.

A partir da associação com a Nova Nollywood, sugiro que o projeto global da Netflix mobiliza aspectos narrativos, linguísticos e temáticos dos filmes nigerianos. Os primeiros indicam que, na relação entre Netflix e Nigéria, as *histórias locais nigerianas* (ou seja, aquelas que aparecem nos filmes e representam, para o “outro”, uma Nigéria ou África “autênticas”) são as que, no âmbito da narrativa, mais se aproximam das *histórias locais hegemônicas* do cinema hollywoodiano. Os aspectos linguísticos, por sua vez, dizem respeito à predominância do inglês como idioma dos filmes nigerianos licenciados e/ou comissionados pela plataforma, à relação entre o inglês *pidgin* e uma certa “nigerianidade” e à oferta de línguas coloniais/hegemônicas em produções com apelo global. Enfim, os elementos temáticos se referem aos universos de temas nos quais a Netflix investe como projeto curatorial, aos imaginários de África através de sua produção audiovisual e à relação que faz entre o continente e temas como doenças, guerras e, especificamente, a vulnerabilidade das mulheres africanas no mundo contemporâneo.

4.1 Histórias africanas para audiências globais: dimensões da colonialidade do poder

Em seu livro fundamental para os estudos pós-coloniais, *Histórias Locais, Projetos Globais* (2020), originalmente publicado em 2003, o pesquisador argentino Walter Mignolo traz importantes reflexões em torno das noções de “global” e “local” a partir da *diferença colonial*, ou seja, do modo como o colonialismo transforma as experiências e os discursos das regiões colonizadas em todo o mundo e como isso determina uma diferença, uma

particularidade e um modo de pensar (e de construir um pensamento) que devem ser a base para que qualquer análise, de qualquer natureza, seja feita sobre um fenômeno social. Mignolo argumenta que a diferença colonial ajuda a desviar daquelas histórias locais (hegemônicas, ocidentais, europeias) que se pretendem globais/universais e que têm se construído assim a partir de uma abordagem civilizatória.

Nesta tese, é importante uma discussão teórica em torno das ideias de “local” e “global” que se manifestam quando tratamos do fenômeno da Netflix na relação com os mercados nacionais em todo o mundo, especificamente no campo de difusão de conteúdo audiovisual da Nigéria, considerando a diferença colonial, a qual é fundamental para compreender o fenômeno. Considerando como, historicamente, os cinemas da África nasceram no pós-independências e mantiveram-se vinculados e dependentes da Europa para existir, tanto em termos de produção como de difusão (DIAWARA, 1992; UKADIKE, 1994), uma análise da entrada da Netflix como agente produtora, difusora e financiadora de filmes africanos não pode prescindir de um enfoque que coloque em perspectiva os modos através dos quais os cinemas da África, de uma forma geral, configuraram-se com base em uma relação de dependência e ausência de autonomia com países hegemônicos.

Mignolo (2020) defende uma perspectiva epistemológica que se constrói a partir das experiências dos sujeitos pós-coloniais, gesto que leva ao que ele chama de pensamento liminar. Para ele, o discurso colonial e pós-colonial é “condição para a possibilidade de se construírem novos *loci* de enunciação e para a reflexão de que o ‘conhecimento e compreensão’ acadêmicos devem ser complementados pelo ‘aprender com’ aqueles que vivem e refletem a partir de legados coloniais e pós-coloniais” (p. 25-26). Portanto, a experiência de pessoas e sociedades que viveram situações de colonização necessariamente atribui uma perspectiva de construção de discursos e pensamentos a partir dessa experiência – o que Mignolo denomina diferença colonial.

O autor argumenta que só pode produzir conhecimento quem tem acesso às condições materiais que o possibilitam, o que em última instância define o que ele entende por “colonialidade do poder”, ou seja, as condições de subalternização de povos colonizados que ainda hoje vivem as consequências, em diversos níveis e camadas, da colonização, de certa forma impedindo-os de construir os seus próprios discursos e epistemologias sobre fenômenos sociais, especialmente os que lhe dizem respeito diretamente. Mignolo (2020, p. 40) afirma que seu “entendimento da colonialidade do poder pressupõe a diferença colonial como sua condição de possibilidade e como aquilo que legitima a subalternização do conhecimento e a subjugação dos povos”.

Entendo aqui como “colonialidade” tão somente o lado reverso e inevitável da “modernidade” – seu lado sombrio, como a parte da lua que não enxergamos quando a observamos da terra. A colonialidade traz para o primeiro plano a coexistência e interseção tanto dos colonialismos modernos quanto das modernidades coloniais (e, obviamente, a multiplicação das histórias locais que substituem a história mundial ou universal), na perspectiva dos povos e histórias locais que têm de confrontar o colonialismo moderno. (MIGNOLO, 2020, p. 47).

Essa “perspectiva dos povos e histórias locais” é o centro do argumento de Mignolo para defender uma outra construção de pensamento que não tenha o Ocidente como referência e tampouco assuma as histórias locais ocidentais e hegemônicas como universais. Tal gesto seria a materialização de um pensamento liminar. A grande crítica empreendida pelo autor, que vai ao encontro do pensamento dos africanos Valentin-Yves Mudimbe (2019), Achille Mbembe (2019) e Felwine Sarr (2019), entre outros, é orientada pela ideia de que as histórias locais de sociedades que foram colonizadas precisam não só assumir a diferença colonial como acolhê-la como a mais potente forma de produzir conhecimento e narrativas sobre si.

A Europa aparece aqui como o centro das políticas e ideologias coloniais, e Mignolo expande sua crítica ao que chama de projeto global/universal, o qual surge a partir das histórias locais europeias. Achille Mbembe (2019) dialoga com essa perspectiva, situando a França no centro da construção de discursos sobre a África e os africanos ao defender uma diferença ou uma “outridade” (*otherness*) que tem a função principal de excluir e segregar. Tal diferença, para os europeus, justificaria a inferioridade dos africanos e eventualmente se tornou referência mundial para pensar a África e criar discursos sobre ela. Mbembe aponta que à França, por exemplo, falta um gesto de autocrítica em relação ao que ela de fato representa em um contexto pós-colonial, uma vez que “os arquétipos do Outro no pensamento francês contemporâneo ainda dependem quase totalmente das figuras do exótico ou de categorias puramente essencialistas” (MBEMBE, 2019, p. 99).

O filósofo camaronês explica como a França continua acolhendo as políticas segregacionistas de outrora, excluindo os descendentes de africanos do território francês, impedindo-os de obter cidadania francesa e reforçando a ideia do Outro como alguém que nunca poderá ser “nós”⁷³. O autor se preocupa em contextualizar as relações, inclusive apontando como as elites africanas se espelham nas formas francesas de governar, além do papel da língua francesa na dinâmica de todas essas relações. De uma forma geral, Mbembe defende

⁷³ No livro *Sair da Grande Noite* (2019), Achille Mbembe trata exaustivamente dos modos através dos quais a França criou a própria ideia de raça e de diferença para os africanos e como esse legado opera ainda hoje na sociedade francesa em sua relação com os imigrantes africanos.

[não uma] oposição entre universalismo e comunitarismo (como a ortodoxia tende a pensar de modo geral), mas entre universalismo e cosmopolitismo (a ideia de um *mundo comum*, de uma *história* e um *futuro que pode ser proporcionado em partilha*). E é a reticência em transformar esse passado comum em história partilhada que explica a impotência da França em pensar o *pós-colônia*. (MBEMBE, 2019, p. 98, grifos do autor).

Na perspectiva de Mignolo, por sua vez, a Europa empreende um projeto global sobre o que é ser humano, civilizado e digno de direitos, projeto ao qual os africanos precisariam se adaptar. Essas noções de humanidade e civilização têm, naturalmente, como referência o pensamento francês e europeu de uma forma geral, da própria definição de ser humano no mundo moderno, e trata-se, portanto, de uma história local, a do Iluminismo, que na história ocidental foi construída como uma referência universal.

O eurocentrismo torna-se, portanto, uma metáfora para descrever a colonialidade do poder, na perspectiva da subalternidade. Da perspectiva epistemológica, o saber e as histórias locais europeias foram vistos como projetos globais, desde o sonho de um *Orbis universalis christianus* até a crença de Hegel em uma história universal, narrada de uma perspectiva que situa a Europa como ponto de referência e de chegada. A história universal contada por Hegel é uma história universal na qual a maioria dos atores não teve a oportunidade de ser também narradores. A semiose colonial visa identificar momentos precisos de tensão no conflito entre duas histórias e saberes locais, uma reagindo no sentido de avançar para um projeto global planejado para se impor, e outros visando às histórias e saberes locais forçados a se acomodar a essas novas realidades. (MIGNOLO, 2020, p. 41).

Valentin-Yves Mudimbe aponta para o fato que, embora a colonização tenha sido, na história da África, somente um momento breve, ainda é considerada um marco importante e controverso, de grandes dimensões, especialmente por ter instaurado “a possibilidade de tipos radicalmente novos de discursos sobre as tradições e culturas africanas” (MUDIMBE, 2019, p. 17). O autor defende que a colonização na África construiu uma estrutura que visava à dominação do espaço público, à reforma da mente dos nativos e à integração de histórias econômicas locais à perspectiva ocidental, reforçando um sistema dicotômico sustentado em oposições tais como “tradicional *versus* moderno; oral *versus* escrito e impresso; comunidades agrárias e de costumes *versus* civilização urbana e industrializada; economias de subsistência *versus* economias altamente produtivas” (p. 22). O espaço entre essas dicotomias, aquele que seria um espaço possível de negociação, permanece uma promessa diante de uma conjuntura na qual “tanto os intérpretes ocidentais quanto os analistas africanos utilizam categorias e sistemas conceituais que dependem de uma ordem epistemológica ocidental” (p. 11).

Mudimbe (2019) contextualiza esse cenário discutindo a ideia de “invenção da África”, um gesto que atribui aos cientistas europeus iluministas no período em que tanto o imperialismo

quanto a antropologia se formaram e passaram a incorporar a noção de “primitivo” às suas análises sobre o Outro africano. Nesse sentido, Mbembe (2019, p. 116) defende uma “crítica radical dos pressupostos que favorecem a reprodução das relações de sujeição urdidas no império entre os indígenas [nativos⁷⁴] e os colonos e, de modo mais geral, entre o Ocidente e o resto do mundo”. Para o autor, somente esse gesto pode levar a uma rejeição de “todas as formas de universalismo que, hostis à diferença e, por extensão, à figura do Outro, atribuem ao Ocidente o monopólio da verdade, da ‘civilização’ e do humano” (p. 117).

Existe, porém, uma outra camada de complexidade na ideia de “local” que Mignolo (2020) sugere, uma vez que as histórias locais existem em todos os cenários políticos, mas é o contexto da colonialidade do poder que tem sido o marcador das histórias locais que se convertem em projetos globais e daquelas que permanecem invisibilizadas. Para além disso (e de uma forma mais complexa), muitas histórias locais hegemônicas se tornam referência para o surgimento de novas histórias locais em países antes colonizados, os quais emulam, por exemplo, formas ocidentais de governabilidade em seus processos de organização pós-independências, como no caso de muitos países na África.

Não estou, portanto, montando um cenário no qual as histórias locais são as dos países colonizados ou do Terceiro Mundo, e os projetos globais se situam nos países colonizadores do Primeiro Mundo. Os projetos globais, em outras palavras, são fermentados, por assim dizer, nas histórias locais dos países metropolitanos; são implementados, exportados e encenados de maneira diferente em locais particulares (por exemplo, na França e na Martinica no século 19). (MIGNOLO, 2020, p. 97).

Mbembe (2019) é especialmente incisivo nessa questão, mostrando-se decepcionado com o fracasso dos governos dos países africanos independentes, que, em seus processos de descolonização, ignoraram suas próprias formas (pré-coloniais) de governar para repetir modelos de governabilidade opressores e corruptos – exatamente como os seus antigos colonizadores. Essa ausência de conflito entre as formas europeias de governar e os novos governos africanos diz muito sobre como o projeto global da Europa permanece vivo e atuante nas mais diversas esferas da vida e das sociedades humanas.

As histórias universais dos últimos quinhentos anos foram imbricadas em projetos globais. Hoje, as histórias locais estão assumindo o primeiro plano e, da mesma forma, revelando as histórias locais das quais emergem os projetos globais com seu ímpeto universal. Do projeto do *Orbis universalis christianum*, aos padrões de civilização na virada do século 20, até o projeto atual de globalização (mercado global), os projetos globais têm sido o projeto hegemônico para o gerenciamento do planeta. (MIGNOLO, 2020, p. 46).

⁷⁴ Decidi adicionar a palavra “nativo” como uma melhor tradução da palavra “indigène”, uma vez que “indígena” em português nem sempre tem o mesmo significado da palavra em francês ou inglês.

Essa forma de “gerenciamento do planeta” se desdobra em várias esferas e em última instância condiciona os regimes de visibilidade das histórias locais não hegemônicas, subalternizadas. O filósofo senegalês Felwine Sarr (2019, p. 20) aponta para como a noção de desenvolvimento, por exemplo, historicamente serviu “como uma das expressões do empreendimento ocidental de expansão de sua episteme no mundo, por meio da disseminação de seus mitos e teleologias sociais”. Para o autor, a perspectiva do desenvolvimento, tão cara aos discursos da modernidade, que Mignolo (2020) associa de modo muito perspicaz à própria colonização, “é uma tentativa de universalizar um empreendimento que teve no Ocidente sua origem e seu grau de realização mais elevado” (SARR, 2019, p. 21).

[O desenvolvimento é] antes de mais nada a expressão de um pensamento que racionalizou o mundo antes de possuir os meios de transformá-lo. Essa visão evolucionista e racionalizante da dinâmica social obteve um sucesso tal que foi adotada pela quase totalidade das nações [africanas] recém-descolonizadas. A façanha foi estipular as sociedades ocidentais como referentes e desqualificar todas as outras trajetórias e formas de organização social. Assim, por uma espécie de teleologia retroativa, toda sociedade diversa das sociedades euroamericanas se tornava *subdesenvolvida*. (SARR, 2019, p. 21, grifo do autor).

Sarr (2019), portanto, tem seu pensamento alinhado às perspectivas de Mignolo (2020) e Mbembe (2019) ao atribuir o sucesso da empreitada universalista ocidental a um trabalho bem-sucedido de negação da diferença – esta que é realçada pelos binarismos e essencialismos. O escritor moçambicano Mia Couto, em uma de suas conferências publicadas em livro, propõe um questionamento sobre a obrigação de autenticidade imposta aos artistas e intelectuais do continente africano. Sob o título “Que África escreve o escritor africano?” (2005), o autor toma como gancho a nova literatura africana para fazer uma crítica à ideia de “africanidade” como algo absoluto, fluido e fácil de definir. Para o autor, é urgente que se pense África a partir de questões ao mesmo tempo próprias e universais e que os africanos não tenham medo de renegar a importância, estabelecida pelo colonialismo e tomando este como referência, de ser “autêntico”. Em um trecho específico, Couto afirma que os defensores da pureza africana em geral tentam garimpar essa autenticidade, por exemplo, na tradição rural, ignorando as zonas urbanas e modernas como espaços de identidades igualmente africanas que se mesclam e se atualizam a cada momento.

Essa visão restrita e restritiva do que é genuíno é, possivelmente, uma das principais causas para explicar a desconfiança com que é olhada a literatura produzida em África. A literatura está do lado da modernidade. E nós perdemos “identidade” se atravessamos a fronteira do tradicional: é isso que dizem os preconceitos dos caçadores da virgindade étnica e racial. (COUTO, 2005, p. 60).

Couto traz a discussão, muito comum nos meios acadêmicos de estudos sobre África em todos os campos do conhecimento, da dicotomia entre tradição e modernidade que marca não só esses estudos, mas o próprio imaginário sobre o continente. Para o autor, trata-se de uma falsa oposição, uma vez que, por exemplo, tanto o rural como o urbano são fontes de trocas entre mundos culturais diferentes. Ao mesmo tempo, a influência europeia na formação de artistas de diversos países de África não pode ser ignorada – ao contrário, deve ser assimilada e usada como instrumento para resistência.

No mesmo sentido, Sarr propõe como caminho possível o que chama de “afrotopia”, a partir da noção de “afrotropo”, um espaço dos possíveis onde um futuro imaginado para a África se desdobra através das mais diversas linguagens intelectuais e artísticas, com um gesto em comum: pensar esse futuro a partir de dentro. A ânsia por “deixar de fazer do passado dos outros o nosso futuro” (SARR, 2019, p. 123) deve ser o lugar de resistência e de rompimento com os imaginários do progresso e da modernidade ocidental. E o cinema, para o filósofo, é um desses espaços “onde se desenham e se configuram as formas vindouras da vida individual e social” (p. 133). Essa disputa por narrativas e o investimento em futuros possíveis está na própria gênese dos cinemas africanos.

4.2 Projetos globais de cinema e nos cinemas da África

Se pensamos todas essas questões de disputas de narrativas a partir de modos e circunstâncias de se contar histórias no cinema, a hegemonia do cinema de Hollywood opera como um campo de poder em várias camadas do campo do audiovisual, desde as condições de produção, os *sets* em estúdios, a profissionalização, o *star system* agenciado pelas grandes corporações midiáticas de alcance internacional e as premiações de grande visibilidade até o monopólio dos espaços de distribuição em salas de cinema comerciais em todo o mundo. Por conta disso, o cinema dos Estados Unidos se tornou referência global, inclusive nas suas formas de criar. As suas narrativas tornaram-se “clássicas”, como David Bordwell (1985) define e como todos os estudos de cinema acolhem, e mesmo com a expansão de outras formas de se fazer cinema ao longo do tempo, em outras regiões ocidentais hegemônicas como a Europa (Neorealismo Italiano, Nouvelle Vague na França), elas foram analisadas a partir de suas diferenças em relação ao cinema estadunidense. Tal cenário reforça a ideia de projeto global pensado no contexto das artes, colocando em perspectiva a colonialidade do poder que estabelece as regras desse jogo.

No caso dos cinemas da África, historicamente invisibilizados e estereotipados, a lógica é a mesma: só quem pode produzir essas narrativas é quem tem os recursos para tal, só quem

pode distribuir é quem controla o sistema de difusão. Desde os anos 1960, quando os primeiros filmes dirigidos por africanos foram realizados, os cineastas pioneiros construíram uma arena de disputas em torno da importância do cinema como instrumento de descolonização do pensamento dos africanos recém-independentes, em diálogo com outros movimentos similares na América Latina como o pensamento do que viria a ser um “terceiro cinema”. Existem autores que defendem essa perspectiva de forma veemente, enquanto outros buscam compreender o lugar das cinematografias africanas na história e na teoria do cinema de uma forma geral, como cinema simplesmente, e não como uma produção rotulada pelo seu não lugar nas lógicas ocidentais dos estudos no campo do cinema – espaço do qual os cinemas da África também foram excluídos.

Com uma cinematografia muito jovem, se atribui à década de 1960 o início da produção cinematográfica africana pós-colonial, e desde então os realizadores têm de lidar com as expectativas dos festivais, dos pesquisadores e dos críticos europeus. Mais que isso, a produção intelectual sobre o cinema do continente, em sua maior parte de autoria de pesquisadores europeus⁷⁵, durante muito tempo priorizou uma análise temática e antropológica, que se sobrepôs a uma análise estética, considerada menos importante no universo de questões relevantes para as suas pesquisas⁷⁶: era necessário encontrar algo *autenticamente* africano nos filmes, ou pelo menos pensá-los a partir desse ponto, perspectiva que orientou os primeiros escritos acadêmicos sobre o tema.

Desde os seus primeiros filmes e diretores, a cinematografia africana tomou como referência a sua própria cultura, e alguns cineastas como o mauritano Med Hondo e o senegalês Ousmane Sembène dirigiram filmes com reconhecida qualidade técnica e artística, ainda nos anos 1960: *Ó, Sol* (1967), de Med Hondo, e *O Carroceiro* (*Borom Sarret*, 1963) e *La Noire de...*

⁷⁵ Autores como Olivier Barlet (França), Roy Armes (Reino Unido), David Murphy (Reino Unido) e Françoise Pfaff (França) são os principais nomes que se dedicaram a publicar sobre os cinemas africanos. O nigeriano Nwachukwu Frank Ukadike e o malinês Manthia Diawara, residentes nos Estados Unidos, são precursores dos estudos sobre os cinemas africanos, priorizando em suas obras análises históricas da produção e da distribuição de filmes no continente. *African Cinema: Politics and Culture* (DIAWARA, 1992) e *Black African Cinema* (UKADIKE, 1994) são os primeiros livros publicados sobre os cinemas da África nos Estados Unidos e ainda hoje as maiores referências no campo. O camaronês Alexie Tcheuyap, residente no Canadá, tem se destacado especialmente depois da publicação de *Postnationalist African Cinemas* (2011).

⁷⁶ É importante destacar que essa tendência vem mudando, ainda que a passos lentos. Muitos pesquisadores, inclusive no Brasil, já fazem um esforço para pensar a produção cinematográfica africana a partir das suas estéticas próprias ou da obra de cineastas autores, porém ainda permanece o desafio de não tomar as estéticas europeia e estadunidense como referências. A autora britânica Melissa Thackway já em 2003 fez uma tentativa de analisar alguns filmes importantes do cinema africano por uma perspectiva estética, inclusive questionando os parâmetros europeus do que seria um bom filme ou um filme de vanguarda. A obra é uma coletânea de artigos chamada *Africa Shoots Back: Alternative Perspectives in Sub-Saharan Francophone African Cinema*. No Brasil, as teses de doutorado de Juscielle Oliveira (2018) e Morgana Gama de Lima (2020) são importantes exemplos desse esforço no âmbito da academia.

(1966), de Ousmane Sembène. Em artigo sobre como a obra do cineasta mauritano Med Hondo é tratada na bibliografia sobre cinemas africanos, a pesquisadora espanhola Beatriz Leal Riesco (2014) conta como o filme *Ó, Sol*, sua obra mais celebrada, teve sua experimentação e liberdade formal interpretadas como resultado da influência dos filmes da Nouvelle Vague, movimento francês em voga à época em que *Ó, Sol* foi exibido em Cannes. Segundo a autora, o próprio diretor chegou a afirmar em entrevista a David Murphy e Patrick Williams (2007) que suas influências vinham da tradição africana de narrativas digressivas e com múltiplas camadas.

Mesmo assim, pareceu mais relevante, até a primeira década dos anos 2000, que se estudasse a produção de cinema nos países africanos a partir de perspectivas mais culturalistas, discutindo o universo de criação de imagens como forma de se opor às marcas do colonialismo ou como mero instrumento de resistência. Riesco (2014) explica que os autores ocidentais percebiam o cinema africano como material para estudar questões no nível da psicanálise, do pós-colonial e do gênero, sem considerar a dimensão cinematográfica das obras.

Essa peculiaridade dos estudos do cinema africano se deve em grande parte à formação literária dos pesquisadores, incapazes de compreender o fenômeno que estudavam no contexto cinematográfico internacional, desconsiderando o valor da forma fílmica e descartando as peculiaridades do meio. Poderiam estar escrevendo sobre um romance, uma pintura, uma peça de teatro ou um filme, que o leitor não perceberia a diferença das críticas individuais de cada filme. (RIESCO, 2014, p. 10-11, tradução nossa⁷⁷).

Oliveira (2018), que dedica um capítulo de sua tese de doutorado para discutir as disputas em torno da própria ideia de “cinema africano”, chama atenção para todos os aspectos que pesam na hora de definir as cinematografias da África, especialmente considerando os contextos pós-coloniais. Para a autora, existe uma “multiplicidade de possibilidades de contextos, línguas, culturas e artes africanas” (p. 32) que envolve o lugar de nascimento e de residência dos cineastas, os contextos coloniais, políticos e econômicos da África do Norte e da África subsaariana (ou África negra) e as condições de produção de filmes e vínculos com países europeus. Oliveira observa que, no entanto,

[...] passados mais de cinquenta anos do lançamento do primeiro longa-metragem de ficção realizado por um africano, em solo africano, da África Negra: *La noire de...* (1966), de Ousmane Sembène, os filmes africanos continuam com dificuldades de classificação, permanecem diante do inconveniente de se ultrapassar temáticas e críticas limitadoras, estereotipadas e eurocêntricas; de enquadramento teórico, de consolidação de novas estéticas [...]. (OLIVEIRA, 2018, p. 30).

⁷⁷ Original: “Esta peculiaridad de los estudios de cine africanos se debe en buena medida a la formación literaria de los investigadores, incapaces de comprender en el contexto cinematográfico internacional el fenómeno que estaban estudiando, despreciando el valor de la forma fílmica y desestimando las peculiaridades del medio. Se podría estar escribiendo sobre una novela, un cuadro, una obra de teatro o un filme, que el lector no se daría cuenta de la diferencia ante las críticas de las películas individuales”.

O camaronês Alexie Tcheuyap (2019) reflete sobre a situação contemporânea dos cinemas africanos, cinematografia que considera global e que negocia entre gêneros bebendo de tradições culturais, históricas e cinematográficas díspares. Referência fundamental nos estudos de cinemas africanos, Tcheuyap defende uma cinematografia da África livre de amarras temáticas e rica em estéticas, gêneros e formatos. Em alinhamento com o pensamento de Oliveira (2018), o autor defende que

[...] em um mundo globalizado e continuamente em mudança onde a construção de nação está longe de ser central para artistas e sujeitos pós-coloniais, manter uma definição monolítica da década de 1960 acerca do “cinema africano” é altamente questionável, senão problemático. Em um novo mundo de ampla circulação de pessoas do “Sul Global”, mesmo que tal circulação seja altamente controlada, ideias e culturas se tornam necessariamente globais para os jovens diretores que se importam mais em entreter seu público do que cantar um coro nacionalista, como aqueles iniciados por Ousmane Sembène nos anos 1960. (TCHEUYAP, 2019, p. 11).

A discussão não se resume, no entanto, aos dilemas em torno do que pode ou não pode ser considerado “cinema africano”, à possível diminuição de particularidades no uso da expressão no plural ou a outras questões similares que seguem sem resolução. As cinematografias da África, para que possam tomar forma e existir, são ainda hoje, em sua maioria, dependentes da Europa. Não falo apenas do financiamento das produções (que em geral é viabilizado através de programas de fomento de países como França e Alemanha), mas do fato de serem dependentes também da própria lógica do cinema europeu, das suas etapas de produção, lançamento e difusão e das suas instâncias de consagração (festivais, críticas, premiações, espaços de distribuição comercial na Europa etc.). Historicamente, é a França quem mais investe financeiramente no cinema da África, a princípio em suas ex-colônias e hoje atuando nos mais diversos países do continente. A Inglaterra, durante o período colonial, empreendeu um projeto de exibição de filmes produzidos por britânicos e direcionados para os africanos como propaganda dos discursos imperialistas e colonialistas, uma forma de “educá-los” para a civilização ao mostrarem como os africanos são inferiores⁷⁸. Depois das independências, o país colonizador não fez nenhum investimento substancial para apoiar a produção de narrativas fílmicas realizadas pelos africanos recém-independentes.

Para alguns autores, como Manthia Diawara (1992), Frank Ukadike (1994) e Olivier Barlet (2000, 2016), a relação que a França estabeleceu com suas ex-colônias no pós-

⁷⁸ Para uma discussão detalhada sobre a atividade cinematográfica nas colônias britânicas na África subsaariana desde a chegada do cinema até as vésperas das independências, ver a dissertação de Gomes (2016). Diferentemente da França, a Inglaterra não investiu em programas de fomento para o cinema das suas ex-colônias na África.

independências para o fomento do cinema tinha natureza profundamente paternalista e atendia aos interesses do país em construir seu capital simbólico em cima de uma suposta ação benéfica para o continente africano no universo da cultura – ou, ainda, uma forma de reparação. Mesmo que, ainda na década de 1960, dois festivais africanos de cinema estivessem começando a construir suas trajetórias na Tunísia (Jornadas Cinematográficas de Cartago) e em Burkina Faso (FESPACO) – espaços pensados para não só difundir os cinemas da África para os africanos, mas também para pensar o projeto de cinema que o continente deveria assumir como missão em um contexto pós-colonial –, logo ficou evidente que os africanos não conseguiriam fazer filmes sem o financiamento externo, uma vez que os governos africanos recém-instaurados não viam o cinema ou a arte em geral como uma prioridade.

Para o cineasta chadiano Mahamat-Saleh Haroun, os novos governos africanos, inspirados em sua referência europeia de governabilidade, tinham receio dos projetos cinematográficos de realizadores no continente, uma vez que, na visão deles, “o cinema é revolucionário demais para eles financiarem e descobrirem que os filmes de amanhã estão criticando as próprias pessoas que o financiaram” (BARLET, 2016, p. 370, tradução nossa⁷⁹). Tal argumento serviria para a relação da França com os cineastas de suas ex-colônias, artistas profundamente contestadores e críticos tanto da colonização como do fracasso das independências africanas. Ainda hoje, poucos são os países africanos que contam com políticas de apoio dos seus governos para a produção de filmes – com a exceção de casos como Marrocos e África do Sul. Ousmane Sembène foi um dos poucos que soube, pelo menos por um tempo, desviar das armadilhas do financiamento francês e sempre foi muito incisivo em seus depoimentos sobre a França e seu modo neocolonial de oferecer apoio aos artistas africanos. Ironicamente, hoje muitos dos direitos dos seus filmes pertencem a produtoras e distribuidoras francesas, ainda que seu filho Alain Sembène esteja supervisionando os licenciamentos nos mais diversos cenários de exibição.

Outra crítica recorrente dessa relação da França com o cinema africano diz respeito a uma suposta forma narrativa e estilística de realizar filmes (além de propostas temáticas) pensada para as audiências francesas e europeias, de uma forma geral, especialmente quando os roteiros desses projetos são aprovados por uma comissão de seleção formada por franceses. Para o crítico Jean-Michel Frodon, citado por Barlet (2016, p. 97), isso levou os cineastas africanos a buscar uma aproximação estética dos filmes europeus, sua mais garantida forma de obter reconhecimento por parte do mais importante festival de cinema do mundo. O próprio

⁷⁹ Original: “film is too revolutionary for them to back it and find that tomorrow films are criticizing the very people who backed it”.

Manthia Diawara (1992) observou um movimento de agradar plateias europeias, o que criou o estigma de que quanto mais queridos pelo Festival de Cannes, mais rendidos às estéticas europeias os filmes são.

Não à toa, os cineastas Souleymane Cissé, diretor de *Yeelen* (traduzido no Brasil como *A Luz*, 1987), e Idrissa Ouédraogo, de *Questão de Honra* (*Tilai*, 1990), que realizaram alguns dos poucos filmes africanos premiados em Cannes na competição oficial pela Palma de Ouro, têm em suas trajetórias a “acusação” de críticos e colegas de terem cedido a uma representação ocidentalizada, estereotipada e essencialista da África. Nos últimos anos, o realizador mauritano Abderrahmane Sissako, cuja filmografia foi toda estreada em Cannes (e em 2014 seu longa *Timbuktu* esteve em competição oficial), também tem ocupado um lugar importante diante dessa controvérsia. Por ser uma produção francesa, *Timbuktu* competiu como melhor filme internacional no Oscar 2015 representando a França, o que revela mais uma camada dessa dependência que os realizadores africanos têm da Europa e o capital simbólico que isso pode representar tanto para dominantes como para dominados em circunstâncias específicas. O longa de Sissako também recebeu o prêmio de melhor filme (e melhor diretor, som, fotografia, montagem, música e roteiro original) no César 2015, principal premiação do cinema francês, fato que também não foi bem acolhido pelo público e pela crítica à época. Apesar de ter sido apontado como o primeiro filme da Mauritânia em competição no Oscar, a obra foi financiada pela França, produzida por Sylvie Pialat e sua produtora Les Films du Worso, com sede em Paris, e distribuída pela Le Pacte.

Trata-se de uma controvérsia, portanto, por colocar em perspectiva: 1) a relação de dependência que o cinema da África continua tendo em relação à Europa; 2) a importância que as instâncias de consagração ocidentais têm sobre a visibilidade e a vida útil dos filmes africanos (no que concerne à competição internacional, à premiação e à possibilidade de distribuição comercial); e 3) a armadilha de exigir que cineastas e filmes africanos sejam de um determinado modo e não de outro. Para Barlet, essas dicotomias pressupõem uma falta, uma incompetência ou insuficiência dos realizadores africanos em contar as suas próprias histórias, ou mesmo de negociar suas referências africanas com as europeias.

Por baixo da acusação de mimese também se encontra, paradoxalmente, um questionamento acerca da contemporaneidade da criação africana; isso quer dizer que, lá no fundo, ela afirma a convicção de que em, termos de modernidade, os africanos estão necessariamente para trás, tentando acompanhar o avanço da criatividade, aprisionados nas amarras de uma magnífica, sim, porém fossilizada tradição. (BARLET, 2016, p. 98 tradução nossa⁸⁰).

Para além do fato de a maioria dos países africanos não ter programas de incentivo financeiro à produção de filmes, a questão da distribuição permanece sendo o grande entrave da circulação das obras dentro do continente, o que acaba por orientar os esforços de exibição para os países europeus, mesmo que para isso os filmes tenham que se adequar a uma forma específica de narrativa que seja mais palatável aos públicos ocidentais e de festivais. Embora o modelo de distribuição de filmes seja complexo e garanta pouquíssimo retorno, dada a sua natureza segmentada entre todos os agentes envolvidos, a exibição comercial em salas de cinema ainda representa um valor simbólico importante para cineastas africanos, a garantia de um prestígio, mesmo que os filmes sejam exibidos em dez salas parisienses durante somente uma semana. Os festivais, por sua vez, têm a função de tornar possível a conexão entre diretores/agências e distribuidores, e, se os filmes africanos estiverem na seleção oficial ou ganharem pelo menos algum prêmio, essa visibilidade já pode garantir um contrato de distribuição comercial.

Por isso, o Festival de Cannes nunca deixa de ser importante no contexto dos cinemas da África, especialmente por ser o espaço do filme autoral, o mais respeitado e prestigiado evento do cinema de arte – um importante lugar de consagração disputado por realizadores africanos, cujos filmes pouco figuram entre as seleções para competição oficial. A curadora e crítica de cinema franco-burkinabé Claire Diaio fez uma pesquisa, publicada em 2011, sobre a presença africana no Festival de Cannes no período de 1939 a 2010. Diaio levantou dados que mostram o número insignificante de filmes africanos em competição no festival: em 65 anos, somente 45 obras africanas foram selecionadas, entre longas e curtas. Entre elas, a África do Sul foi o país com mais filmes selecionados (15), seguido do Egito (13) e da Argélia (quatro) – não por acaso, são países com algumas das indústrias mais consolidadas no contexto audiovisual da África.

Somente em 1987, o longa-metragem *Yeelen*, do maliano Souleymane Cissé, foi selecionado para a competição pela Palma de Ouro, e em 1990 foi a vez de *Questão de Honra*,

⁸⁰ Original: “Beneath the accusation of mimesis also paradoxically lies a questioning of the contemporaneity of African creation; that is to say, deep down it affirms the certainty that when it comes to modernity, Africans are necessarily behind, trying to catch up with advancing creativity, trapped in the constraints of a magnificent, yes, but fossilizing tradition”.

dirigido pelo burkinabé Idrissa Ouédraogo. Seis anos depois, entrou para a lista o único representante dos países africanos de língua oficial portuguesa, o longa *Po di Sangui* (1996), do cineasta guineense Flora Gomes. Só em 2010 que o festival voltou a considerar um filme africano para competição, o longa-metragem *Um Homem que Grita* (*Un Homme Qui Crie*), do chadiano Mahamat-Saleh Haroun. No entanto, apenas um filme africano, no período da pesquisa de Diao (2011), levou a Palma de Ouro para o seu país: *Crônica dos Anos de Fogo* (*Chroniques des Années de Braise*), do argelino Mohammed Lakhdar-Hamina, em 1975. No Quadro 1, Diao mostra que os filmes africanos acabaram conquistando outros prêmios dentro do festival e que todos eles foram distribuídos comercialmente na França, porém com resultados de público muito baixos. Uma pesquisa mais aprofundada sobre os dados pode oferecer uma dimensão não só da invisibilidade desses filmes no contexto geral de um festival tão importante como também dos tipos de narrativas africanas “selecionáveis” pelo comitê ao longo de todos esses anos.

Quadro 1 – Bilheteria francesa de filmes africanos premiados em Cannes de 1967 a 2010.

Prix	Film	Date de sortie France	Distribution	Entrées France
Prix de la première oeuvre 1967	Le Vent des Aurès Mohamed Lakhdar-Hamina [Argélia]	17/01/69	CINÉASTES ASSOCIÉS	22 572
Palm d'or 1975	Chronique des années de braise Mohamed Lakhdar-Hamina [Argélia]	28/11/75	CFDC	500 113
Prix du jury 1987	Yeelen Souleymane Cissé [Mali]	02/02/87	AMLF	341 701
Grand prix du jury 1990	Tilaï Idrissa Ouédraogo [Burkina Faso]	05/12/90	PARI FILMS	125 767
Mention spéciale 1993	Friends Elaine Proctor [África do Sul]	06/06/94	HAUT ET COURT	11 499
Prix du 50 anniversaire du Festival de Cannes 1997	Le Destin Youssef Chahine [Egito]	15/10/97	PYRAMIDE	619 669
Prix du jury 2010	Un Homme qui crie Mahamat-Saleh Haroun [Chade]	29/09/10	PYRAMIDE	60 537

Fonte: reprodução de Diao (2011, online).

Fica evidente, portanto, como o universo do cinema autoral europeu se configura em um projeto global a partir de narrativas e estéticas específicas, dos filmes considerados dignos de competir por um prêmio em Cannes, dos cineastas que conquistam um lugar de prestígio tão grande que são sempre selecionados etc. No caso específico da relação com os filmes africanos, não se costuma encontrar os títulos mais expressivos em sua crítica ao colonialismo francês e às suas heranças em países como o Senegal – ainda que valha mencionar o prêmio Jean Vigo do Festival de Cannes oferecido a Ousmane Sembène em 1966 por *La Noire de...*, primeiro longa-metragem do cineasta e que conta a história de uma mulher senegalesa que tem de enfrentar a sua própria ilusão de uma vida melhor na França. Com um roteiro muito incisivo em suas críticas ao ex-colonizador e um final impactante, a obra ganhou em Cannes o prêmio oferecido a produções ou coproduções francesas, cujos diretores merecem reconhecimento por sua qualidade e originalidade em início de carreira. Para Barlet (2000), esse gesto do festival representou uma tentativa de “sair por cima” das duras críticas e provocações de Sembène – as quais permanecem presentes em muitos dos seus filmes posteriores⁸¹.

É por conta de todas essas relações que não podemos falar de um “campo do cinema africano”, uma vez que ainda hoje esse espaço social não tem autonomia para definir suas próprias regras de funcionamento e ainda depende quase totalmente das demandas externas a ele. O cinema africano é um campo em emergência, um espaço nos qual seus agentes – realizadores, produtores, críticos, curadores, exibidores etc. – ainda lutam por poder econômico e simbólico, e os entraves estão relacionados a todo o contexto da colonialidade do poder. O fato de os países africanos não terem estruturas de incentivo econômico para as produções cinematográficas se desdobra na falta de liberdade plena para construir suas narrativas. Esse campo em emergência, portanto, é subordinado às lógicas que regem o campo do poder econômico e simbólico ocidental. Quando a Netflix assume o protagonismo desse espaço de controle, investindo em produções originais e ampliando o alcance de difusão de filmes africanos para todo o mundo, as repercussões de tais dinâmicas afetam toda a paisagem de disputas do campo do cinema africano, que segue lutando por autonomia.

Como sabemos, as lógicas de filmes autorais, filmes de festival e financiamentos externos não se aplicam às obras e à dinâmica do campo de produção audiovisual da Nigéria. Vimos também que, com o surgimento da Nova Nollywood, os produtores e realizadores

⁸¹ Centralizei a discussão em torno do Festival de Cannes pela importância histórica e pelo lugar dessa instância de consagração na trajetória dos filmes africanos e seus regimes de visibilidade. Outros festivais europeus, como Berlimale, Roterdã e a Bienal de Veneza, operam de forma similar. A pesquisadora Lindiwe Dovey, no livro *Curating Africa in the Age of Film Festivals* (2015), faz uma análise detalhada sobre a relação que o Festival de Cinema de Roterdã estabeleceu com os cinemas africanos ao longo do tempo.

nigerianos passaram a negociar as lógicas da velha Nollywood com uma proposta que priorizasse a qualidade dos filmes e o talento dos cineastas, mas sem abandonar a perspectiva comercial inerente ao campo audiovisual do país. Com restrições diante de orçamentos milionários, os realizadores da Nova Nollywood experimentaram a lógica do “cinema africano de festival” e da produção independente que luta para fechar as contas, mas isso não foi o suficiente para que tais filmes nigerianos se tornassem obras “de arte” ou “autorais” como as de seus colegas selecionados em Cannes – até porque suas narrativas eram essencialmente clássicas, com vistas à permanência na lógica comercial do cinema massivo. É esse detalhe que torna o cenário de disputas interessante para a pesquisa. Da mesma forma que existe uma crítica aos filmes africanos demasiado “europeus” em suas estéticas e narrativas, há uma percepção equivalente sobre o cinema da Nova Nollywood ser tão similar aos filmes de gênero hollywoodianos de narrativa clássica. O conflito que existe entre os realizadores africanos e a França, em um cenário no qual precisam se submeter às exigências estéticas e temáticas europeias (ou no mínimo se adequar a elas), *aparentemente* não existe quando falamos da relação dos realizadores da Nova Nollywood com a Netflix.

O que gostaria de reforçar aqui é que estamos falando de projetos globais similares sobre histórias locais africanas. Sabemos que a França e a Europa são reconhecidas como o reino do cinema de autor, “de qualidade”, assim como Hollywood é a indústria com maior penetração no mundo, tornando-se referência internacional no modo de contar histórias. Quando a Netflix se associa com a indústria audiovisual nigeriana, sua aposta está justamente na similaridade entre as narrativas da Nova Nollywood e os filmes massivos dos Estados Unidos, e essa relação é fundamental para a estratégia global da plataforma. Tanto na perspectiva europeia quanto na estadunidense, os imaginários de África operam sobre a seleção de filmes, seu valor simbólico e a relevância dos agentes envolvidos nas produções. Além disso, instituem uma relação de subalternidade diante das instituições que financiam os filmes – a qual é muito sutil no caso da Nova Nollywood com a Netflix, uma vez que, em teoria, a empresa está apenas dando um espaço de visibilidade global para os filmes nigerianos, ainda que essas obras estejam dentro de uma lógica curatorial bem determinada pela plataforma e atendam aos seus critérios de seleção no que diz respeito a aspectos narrativos, linguísticos e temáticos. As histórias locais desses filmes nigerianos são, portanto, um desdobramento de um projeto local ocidental (hegemônico) – a narrativa clássica do cinema de Hollywood –, mas com uma “tinta local”, fundamental para estabelecer a distinção necessária para dar sentido à abordagem global da Netflix sobre a África. É feita uma negociação: a Netflix “dá voz” aos africanos, desde que suas narrativas sejam reconhecíveis para “audiências globais” e causem o mínimo de estranhamento.

Como vimos em capítulo anterior, a indústria audiovisual da Nigéria rompeu muito rápido as fronteiras do país, conquistando plateias em todo o continente, bem como se expandindo para o mercado da diáspora africana no mundo, a qual se tornou fundamental para seu processo de internacionalização fora da África. Bala A. Musa, no livro *Nollywood in Glocal Perspective* (2019), chama atenção para o fato de Nollywood hoje não poder ser pensada fora de uma perspectiva transnacional, especialmente se olharmos para o fenômeno de sua “globalização” através dos movimentos migratórios que tornaram os *video films* acessíveis às populações nigerianas em todo o planeta. Em outras palavras, Nollywood já era global muito antes da chegada da Netflix.

Sobre isso, Tunde Onikoyi (2018) defende a ideia de “cinema com sotaque”, de Hamid Naficy (2001), aplicada à Nollywood ao reconhecer a produção nollywoodiana que tomou forma a partir dos deslocamentos de realizadores nigerianos para diversos países no mundo e resultou em filmes como *A Jornada de Chioma*, sobre o qual já falei neste trabalho, de Chineze Anyaene, coprodução entre Nigéria e Estados Unidos – país onde a realizadora mora e atua. Para Onikoyi, filmes como esse e outros de produção similar pertencem a um grupo de cineastas nigerianos cujas obras “comentam, lamentam, condenam e aprofundam as dimensões sociais e psicológicas de seus locais de origem, bem como de suas sociedades e culturas adotadas” (2018, p. 58, tradução nossa⁸²). Certamente, essas experiências migratórias, como em todo o escopo das cinematografias de realizadores do continente africano cujas obras se desenvolvem em outros países⁸³, revelam outras formas de se fazer cinema, e no caso nigeriano não é diferente. Sandra Mooser (2019) aponta, no entanto, que os filmes vinculados à Nollywood costumam ser consumidos fora da Nigéria e da África apenas pelos imigrantes africanos ou públicos iniciados e interessados nesse recorte.

No entanto, enquanto públicos locais na Europa continental ainda parecem pouco conscientes de Nollywood como uma indústria global de cinema, ela já alcançou uma posição de liderança na cultura popular africana e forma um nicho de mercado transnacional de destaque no setor global de produção cultural. [...] E não há como negar seu tremendo sucesso na diáspora africana e sua importância para ela. (MOOSER, 2019, p. 189, tradução nossa⁸⁴).

⁸² Original: “comment, lament, condemn, and delve into the social and psychological dimensions of their place of origin, as well as their surrogate societies and cultures”.

⁸³ Para uma análise detalhada de como as mobilidades humanas africanas atravessam as questões dos cinemas africanos, ver Esteves (2020) e Iheka e Taylor (2018).

⁸⁴ Original: “However, while local audiences in continental Europe still seem only hardly aware of Nollywood as a global film industry, it has already reached a leading position in Africa’s popular culture, and forms an outstanding transnational niche market in the global cultural production sector. [...] And there is no denial of its tremendous success in, and importance to, the African diaspora”.

Os autores Matthias Krings e Onookome Okome, que assinam a organização do livro *Global Nollywood: The Transnational Dimensions of an African Video Film Industry* (2013), também estão atentos ao fenômeno de como Nollywood se tornou popular para além da Nigéria, com foco majoritário sobre a dimensão diaspórica de sua abrangência transnacional. Jonathan Haynes (2016), em seu profundo estudo sobre os gêneros cinematográficos de Nollywood, chega a pensar em um “gênero da diáspora”, que consiste em filmes que não somente são gravados em países estrangeiros (especialmente nos Estados Unidos e na Inglaterra), mas cujas histórias estão ligadas às experiências de nigerianos vivendo fora do país.

Muitos pesquisadores de Nollywood, portanto, já se dedicaram a pensar a dimensão transnacional da indústria como uma realidade que tensiona diversas questões em torno do fenômeno popular nigeriano que ultrapassa fronteiras e é imitado por vários países africanos. Nesta tese, minha compreensão é que a Netflix adiciona outra dimensão a essas discussões, particularmente pelo fato de ampliar o alcance dos filmes da Nova Nollywood para o público da plataforma em quase todo o mundo, sem se vincular exclusivamente às audiências nigerianas em diáspora. Quando a Netflix licencia dezenas de filmes nigerianos para o seu catálogo global (títulos com ou sem exclusividade de exibição), bem como investe em produções originais do país em parceria com grandes produtoras audiovisuais da Nigéria, Nollywood passa a fazer parte de uma espécie de “cardápio” oferecido pela maior empresa de *streaming* do mundo e que opera a partir de estratégias articuladas localmente para não só manter seus assinantes como adquirir outros nos mais diversos territórios do planeta.

Tanto a França como a Netflix se colocam no campo audiovisual africano como espaços de reparação e solidariedade, afirmando estar “dando voz e espaço” aos africanos para que eles possam contar as suas próprias histórias – com a diferença de que a Netflix promete um alcance global das obras. Esse inclusive é o mote do vídeo promocional da Netflix que analisei na introdução desta tese. Mas como pode a Netflix (ou a França) ter esse papel central e fundamental na desconstrução de estereótipos sobre a África? De que modo ela sustenta esse discurso nas relações que estabelece com os agentes do campo audiovisual da Nigéria? Se não parece haver um conflito direto entre os agentes criativos da Nova Nollywood e a Netflix, quais são as repercussões do investimento em produções originais e licenciamentos exclusivos da empresa no processo de autonomização do campo de produção e distribuição do cinema africano – ao qual a Nova Nollywood pertence? Afinal, como é que opera esse projeto global, quais discursos sobre África e cinema africano ele engendra e quais são seus efeitos sobre as dinâmicas internas do campo em emergência do cinema africano? São essas questões que

discuto na sequência, a partir de um olhar aproximado para o fenômeno da Netflix enquanto produtora, curadora e difusora de conteúdos audiovisuais no mundo.

Para isso, analiso a abordagem e a atuação da Netflix em quase todos os países do mundo e como a empresa busca se posicionar como um serviço *global*, a fim de compreender esse *projeto global* da Netflix sobre as *histórias locais* da Nigéria em função da entrada da plataforma no campo audiovisual do país. O objetivo é apontar como a Netflix empreende de fato um projeto global com estratégias multinacionais sobre os mais diferentes contextos audiovisuais no mundo e o que está em jogo quando a empresa se apresenta como global a partir de seus modos de funcionamento, formato e modelo de negócios.

4.3 Netflix: entre o “global” e o “multinacional”

O serviço de *streaming* da Netflix começou a ser ofertado para os Estados Unidos em 2007, chegou ao Canadá em 2010 e à América Latina em 2011, avançou para a Europa Ocidental entre 2012 e 2013 e entrou nos mercados da Austrália, da Nova Zelândia e do Japão em 2015. Foi em 2016 que a empresa anunciou a chegada em mais de 130 países no mundo inteiro, incluindo o continente africano. A plataforma se define como:

[...] um dos principais serviços de entretenimento do mundo, com 222 milhões de membros pagantes em mais de 190 países aproveitando séries de TV, documentários, longas-metragens e jogos para celulares de uma abrangente variedade de gêneros e linguagens. Os membros podem assistir o quanto quiserem, a qualquer momento, em qualquer lugar, em qualquer tela conectada à internet. Os membros podem iniciar, pausar e retomar o vídeo, tudo sem comerciais ou compromissos. (NETFLIX, [2022a], online, tradução nossa⁸⁵).

No livro *Netflix Nations* (2019), o pesquisador Ramon Lobato se detém sobre as disputas em torno da ideia da Netflix como um serviço televisivo ou um produto de mídia digital. Para o autor, a empresa estadunidense oferece “uma oportunidade para testar, avançar e refinar nossos modelos conceituais de ‘televisão global’ e para repensar o que esse termo significa em um contexto de distribuição digital” (p. 12, tradução nossa⁸⁶). Em linhas gerais, a Netflix é um serviço SVOD (*subscription video on demand*, ou vídeo sob demanda por assinatura) online que oferece aos usuários, sob uma assinatura paga mensalmente, um catálogo de conteúdos audiovisuais curados pela empresa, os quais podem ser consumidos de acordo com as escolhas

⁸⁵ Original: “[...] one of the world’s leading entertainment services with 222 million paid memberships in over 190 countries enjoying TV series, documentaries, feature films and mobile games across a wide variety of genres and languages. Members can watch as much as they want, anytime, anywhere, on any internet-connected screen. Members can play, pause and resume watching, all without commercials or commitments”.

⁸⁶ Original: “an opportunity to test, advance, and refine our conceptual models of ‘global television’ and to rethink what this term means in a context of digital distribution”.

do assinante. Amanda Lotz (2017) enquadra a Netflix na noção de “portais de televisão distribuída pela internet”, referindo-se aos serviços prestados por empresas como HBO Max, Hulu, Amazon Prime Video e a própria Netflix. A autora aponta para a característica comum desses serviços: a oferta de conteúdo personalizado e direcionado para audiências específicas, com base em aparatos tecnológicos e de forma não linear.

A Netflix, portanto, não tem uma programação fechada em uma grade predefinida, não veicula anúncios e funciona sob a lógica dos algoritmos para criar perfis de consumo e recomendações personalizadas para cada assinante. Sua interface sugere “prateleiras” de filmes e séries organizadas em coleções dos mais variados tipos: das mais comuns, que remetem a gêneros populares (comédias românticas, suspense, ação etc.), às mais específicas, como “filmes dirigidos por mulheres”, “filmes aclamados pela crítica”, “séries europeias premiadas”, “mulheres fortes” etc.

O portal se estabeleceu no mercado com estratégias as mais diversas, mas especialmente lançando seus conteúdos exclusivos, os “originais Netflix”, que tiveram em *House of Cards* (2013-2018) sua primeira experiência. Os assinantes puderam assistir a todos os episódios no dia da estreia, em 1º de fevereiro de 2013, em todos os países onde o serviço estava disponível. Pelo grande investimento em *marketing* e excelente uso das redes sociais, além de todo um programa estratégico de comunicação pensado para cada região de interesse, a Netflix logo se firmou como um “selo de qualidade” no audiovisual em todo o mundo. As séries originais foram, portanto, o carro-chefe do posicionamento da Netflix no mercado audiovisual.

Os pesquisadores de televisão encontram na Netflix um objeto de estudo instigante, uma vez que ela tensiona as lógicas desse meio de comunicação: ao mesmo tempo em que se afasta de tais dinâmicas quando desvia das leis que regulam a difusão de conteúdo em todos os países onde atua, a empresa também se aproxima das referências televisivas que ajudam a plataforma a ser desejada e consumida no mercado midiático. Para Lobato (2019), um olhar atento revela que a Netflix parece estar mais interessada em se associar ao universo do cinema, tanto na sua interface como na sua proposta de experiência.

Em seus acordos com o governo, a Netflix alega ser um serviço de mídia digital – certamente não televisão, algo que atrairia regulação indesejada para a empresa. Ainda assim, em suas relações públicas, a Netflix constantemente se refere à televisão, por conta da familiaridade dela para os consumidores. O design de sua interface, por outro lado, prefere evocar a experiência do cinema. Enquanto isso, seu modelo de negócios por assinatura tem ecos da TV paga, mas seu sistema de recomendação por algoritmos é pura nova mídia. Em outras palavras, a Netflix é uma tecnologia híbrida que remedia uma gama de tecnologias midiáticas anteriores em diferentes aspectos de sua operação, e

esse conjunto de associações está em constante mudança. (LOBATO, 2019, p. 43-44, tradução nossa⁸⁷).

Isso é importante porque, de fato, foi com as séries, um formato essencialmente televisivo, que a Netflix se destacou e onde efetivamente mais investe até os dias atuais. Mesmo se considerarmos os filmes (originais ou não) que fazem parte da oferta de produtos da plataforma, sabemos também que o formato é largamente difundido via televisão. A discussão em torno do papel da Netflix como difusora ou distribuidora de filmes ainda não encontra destaque suficiente na academia, provavelmente por conta dessa ambiguidade que convoca em torno das lógicas da televisão, mas Lobato chama atenção para o fato que,

Curiosamente, a iconografia da televisão não é encontrada de modo algum no design da interface da Netflix, apesar da abundância de séries de TV disponíveis nela. Não há controles remotos, anúncios ou programações. Mesmo que a ideia de televisão seja central para as ambições comerciais da Netflix – lembre-se da descrição de [Reed] Hastings [cofundador e coCEO da empresa] sobre a Netflix ser “uma nova emissora de TV global pela internet” – a experiência da televisão não parece ser central em como a Netflix deseja que seus usuários imaginem o *streaming*. (LOBATO, 2019, p. 42-43, tradução nossa⁸⁸).

O autor também destaca que, por a Netflix ser ainda um fenômeno em emergência, a pesquisa sobre as suas repercussões pode partir de diferentes perspectivas sobre o que é o serviço: uma plataforma online, uma distribuidora, uma rede de televisão, um canal, uma empresa de tecnologia etc. Lobato (2019) faz um esforço de pensar a Netflix tanto no contexto dos estudos televisivos como nos de mídia digital e argumenta que as diferenças fundamentais entre as duas abordagens levam a discussões e conclusões totalmente diferentes. A definição convocada pela pesquisa, portanto, é importante por indicar o caminho que a análise segue e os conceitos que são mobilizados.

No caso desta tese, interessa o lugar que a Netflix ocupa como difusora de conteúdos (comissionados e não comissionados) em nível global, considerando a sua presença em quase todo o planeta, com recursos de acessibilidade fundamentais para garantir o sucesso da

⁸⁷ Original: “In its dealings with the government, Netflix claims to be a digital media service – certainly not television, which would attract unwelcome regulation. Yet, in its public relations, Netflix constantly refers to television, because of its familiarity to consumers. Its interface design, on the other hand, prefers to evoke the cinema experience. Meanwhile, its subscription business model has echoes of pay-TV, but its algorithmic recommendation system is pure new media. In other words, Netflix is a hybrid technology that remediates a range of earlier media technologies in different aspects of its operation, and this mix of associations is constantly changing”.

⁸⁸ Original: “Interestingly, the iconography of television is nowhere to be found in Netflix’s interface design, despite the abundance of TV series available through Netflix. There are no remote controls, advertisements, or schedules. Even though the idea of television is central to Netflix’s commercial ambitions – recall Hastings’s description of Netflix as “a new global Internet TV network” – the television experience does not seem to be central to how Netflix wishes its users to imagine streaming”.

empreitada. Compreendo que a Netflix hoje, em seu caráter internacional, tem importância fundamental na discussão sobre o alcance de filmes africanos ao redor do mundo, entrando de modo incisivo nas questões em torno das dinâmicas de visibilidade dessas cinematografias, considerando cada contexto específico. À medida que o serviço segue crescendo e se expandindo nas mais diferentes regiões do globo, ele se torna cada vez mais localizado, regionalizado, com catálogos dinâmicos que refletem diferentes estratégias mercadológicas e orientações curatoriais, além de recursos como legendagem e dublagem em vários idiomas e modalidades de pagamento em moedas locais, com valores que não ignoram os contextos econômicos de cada país.

Ao tratar da internacionalização na Netflix e do modo estratégico como a empresa construiu suas audiências em múltiplos países, Lobato (2019) resgata a trajetória da MTV no início dos anos 1980 para mostrar como a ideia de audiências globais baseada nas práticas de consumo das comunidades jovens dos Estados Unidos foi um verdadeiro fracasso em algumas regiões do mundo. “Aparentemente, nem todos queriam a MTV, pelo menos não da mesma forma” (LOBATO, 2019, p. 108, tradução nossa⁸⁹). A ideia de uma marca global que pensa e age localmente parece uma diretriz que funciona para plataformas de difusão de conteúdo tanto na década de 1980 como agora, e a lição que a MTV aprendeu é que “localização importa nos mercados televisivos, e o global não vai simplesmente substituir o local” (p. 109, tradução nossa⁹⁰). Apesar de ressaltar as diferenças fundamentais entre MTV e Netflix – sendo a primeira um serviço de televisão a cabo ou via satélite por assinatura e a segunda um serviço de *streaming* –, o autor joga luz sobre as semelhanças igualmente essenciais: a autoconfiança de ambas as plataformas de que seus conteúdos estadunidenses seriam facilmente aceitos em nível global e a gradual percepção de que é necessário produzir conteúdo local a partir de muita pesquisa e investimento.

A percepção de que é impossível ignorar mercados locais significa necessariamente criar ambientes de interesses que dialoguem com contextos já existentes, oferecendo novos conteúdos sem desrespeitar ou desmerecer os marcadores culturais que atuam sobre os hábitos de consumo nacionais. No caso da Nigéria, cuja indústria do audiovisual é marcada pela excelente relação que tem com o seu público, era fundamental que a Netflix entrasse com muita estratégia e diálogo nesse mercado autônomo e bem-sucedido. Comprometida em estabelecer uma relação coerente com o audiovisual africano a partir do país cuja indústria existe e é modelo para outros países do continente, a Netflix mirou no que, para os cinemas africanos em geral, é

⁸⁹ Original: “Apparently, not everybody wanted MTV, at least not in the same way”.

⁹⁰ Original: “Location matters in television markets, and the global will not simply displace the local”.

o mais importante: audiências globais para os filmes de realizadores da África. Para tanto, ela hoje é a única plataforma que oferece meios de alcance real a públicos os mais diversos ao redor do mundo, primeiro por ser o portal de televisão distribuída pela internet mais acessado no planeta, segundo por ser também o mais acessível, com filmes legendados em diversos idiomas e muitas vezes também dublados em pelo menos três línguas.

No outro lado dessa disputa, está o esforço da Netflix em construir um espaço de consumo de conteúdos estrangeiros em países africanos com hábitos tão diferentes entre si. Esses dois eixos de investimento miram em um conjunto de ações, como: produzir conteúdo original Netflix *made in Africa* e distribuído globalmente; mobilizar realizadores e públicos africanos que querem ver seus conteúdos em uma plataforma global (como acontece com tantas outras); e estimular a participação dos africanos em uma comunidade global de consumo de conteúdos “universais” e disponíveis simultaneamente, colocando tais públicos no mesmo lugar de espetatorialidade que as audiências de qualquer outro país no mundo. Como aponta Lobato (2019):

O sucesso, então, não significa apenas divulgar um ótimo conteúdo para o mundo, mas também compreender e negociar as diferenças culturais. Embora a Netflix tenha lutado inicialmente com essa dura verdade, ela absorveu totalmente essa lição ao longo de sua internacionalização. (LOBATO, 2019, p. 114, tradução nossa⁹¹).

A retórica da abordagem global em todas as ações da Netflix é reforçada por seu coCEO e executivo chefe de conteúdo, Ted Sarandos, que afirma que “quanto mais globais nos tornamos, mais acesso temos aos dados de comportamento global para que possamos ver o que as pessoas estão assistindo em todo o mundo” (KILDAY, 2014, online, tradução nossa⁹²), ao se referir a investimentos que podem parecer aleatórios ou inférteis em termos de retorno econômico, mas que na verdade estão testando hábitos espetatoriais em todo o mundo. Jenner faz uma distinção entre as ideias de audiências massivas das televisões nacionais e da Netflix, uma vez que a abordagem transnacional do serviço de *streaming* negocia a própria ideia de “massa” ao considerar como diferentes audiências em diferentes regiões podem reagir de formas diversas a um mesmo produto dos Estados Unidos, por exemplo. A autora cita o exemplo dos filmes “originais Netflix” de Adam Sandler, que tiveram recepções ruins em muitos territórios, mas ao mesmo tempo estimularam o *streaming* de títulos anteriores do ator

⁹¹ Original: “Success, then is not just about pushing out great content to the world but also about understanding and negotiating cultural differences. While Netflix initially struggled with this hard truth, it has fully absorbed this lesson over the course of its internationalization”.

⁹² Original: “The more global we become, the more access we have to global behavior data so we can see what people are watching all around the world”.

e diretor estadunidense (também disponíveis na plataforma), o que resultou em números satisfatórios para a empresa. Assim, a decisão de produzir novos filmes do Sandler age estrategicamente sobre a imagem consolidada do ator em âmbito internacional.

Jenner defende que não faz muito sentido compreender os Estados Unidos como o centro da Netflix, apesar de o projeto ter nascido no país, uma vez que a plataforma descentraliza suas ações e age em conformidade com lógicas de produção locais/nacionais, ainda que no sentido de ampliar audiências para além de fronteiras geográficas. “Assim, a Netflix se integra às práticas de mídia nacional, ao mesmo tempo em que atua como ator global (americano). Essa tensão é inerente à forma como a Netflix pode ser conceituada como ator global” (JENNER, 2018, p. 187, tradução nossa⁹³). Da mesma forma, não parece sensato pensar a atuação da Netflix fora do contexto de sua multinacionalidade, tornando-se “imperativo examinar o papel cultural específico da Netflix comparativamente através de diferentes contextos nacionais, entendendo que a Netflix, semelhante à televisão, é um conjunto de práticas culturais, tecnologias e mercados que ‘só podem ser estudados como fenômenos locais’” (TSE, 2020, p. 144, tradução nossa⁹⁴). Se, por um lado, uma das estratégias da Netflix é se integrar aos sistemas de produção locais dos países nos quais investe, por outro, ela tenta inserir conteúdos pensados por sua equipe criativa para de alguma forma dialogarem com obras “nativas”, prevenindo a acusação de “homogeneização cultural” (p. 189).

Amanda Lotz (2021) aponta algumas características que esclarecem a distinção da Netflix quando falamos de serviços SVOD e justificam o foco na plataforma quando queremos analisar fenômenos em torno da difusão de conteúdos audiovisuais pela internet. Uma dessas características é o fato de a Netflix ser uma empresa *pure play*, ou seja, centrada na oferta de apenas um serviço, não tendo vínculo com outras marcas, produtos ou serviços em mercados subjacentes, como acontece com as também multinacionais Amazon Prime Video (parte da varejista online Amazon), Apple TV+ (braço da empresa de tecnologia Apple), Disney+ e HBO Max (subsidiárias dos conglomerados de mídia e entretenimento The Walt Disney Company e Warner Bros. Discovery, respectivamente), entre tantas outras. A Netflix é tão somente uma plataforma que disponibiliza uma curadoria de conteúdo audiovisual que as pessoas se dispõem a pagar para ter acesso, estando livres de anúncios ou de qualquer serviço relacionado ou agregado. Outra característica importante é que a empresa produz e contrata uma quantidade

⁹³ Original: “Thus, Netflix integrates into national media practices while also acting as (American) global actor. This tension is inherent in the way Netflix can be conceptualized as global actor”.

⁹⁴ Original: “imperative to examine Netflix’s specific cultural role comparatively across different national contexts, in the understanding that Netflix, similar to television, is a set of cultural practices, technologies, and markets that ‘can only be studied as located’”.

significativa de programação de fora dos Estados Unidos e, ainda que concorrentes como Amazon Prime Video estejam no processo de aumentar seus investimentos e ampliar suas estratégias multinacionais, a Netflix assume, atualmente, a liderança do campo.

Lotz (2021) acredita que, para quem pesquisa a atuação da plataforma em diversos países, existem dois caminhos metodológicos que se complementam. Um é analisá-la a partir de sua natureza multinacional, como uma federação de serviços nacionais, o que oferece mais nuances no momento de compreender como a Netflix consegue estabelecer novos mercados em diferentes contextos: “Tais estudos revelam comportamentos e práticas localizadas em ambientes culturais específicos, com ecossistemas audiovisuais próprios e regras de acessibilidade à internet” (2021, p. 3, tradução nossa⁹⁵). O outro caminho envolve não ignorar que as estratégias multinacionais trabalham em função de uma proposta ou um objetivo de expansão global, ou seja, nenhuma análise das especificidades nacionais da plataforma pode prescindir de uma leitura de suas estratégias e seus projetos globais.

A autora está interessada em entender, portanto, como um serviço deliberadamente multinacional desafia os enquadramentos de teorização sobre os conteúdos e as indústrias audiovisuais baseados em nações (*nation-based*). Ela analisa as múltiplas dimensões através das quais um serviço SVOD pode ser considerado multinacional, avaliando as implicações culturais desse multinacionalismo – ele mesmo o elemento de distinção do serviço, que aumenta sua competitividade no mercado. Ao programar para nichos e públicos muito específicos pensados junto às indústrias nacionais, por exemplo, a Netflix se coloca à frente quando se trata de abrangência de públicos globais. Lotz (2021) indica as características da empresa que a tornam multinacional, uma ideia com mais nuances do que simplesmente “global”, uma vez que considera todas as estratégias pensadas localmente para atender uma demanda criada em nível mundial a partir de projetos, estruturas e lógicas locais/nacionais. Suas análises, portanto, voltam-se para essas estratégias locais, de modo que convocar a ideia de “múltiplas nações” ajuda a mapear de forma mais eficiente a atuação da Netflix nos mais diferentes contextos e paisagens audiovisuais.

Uma das formas de situar a Netflix como um serviço multinacional é por meio da localização de sua base de assinantes. Lotz (2021) oferece uma tabela atualizada em 2019 com o número de assinantes de acordo com a regionalização que a plataforma adota: APAC (Ásia-Pacífico), EMEA (Europa, Oriente Médio e África), UCAN (Estados Unidos e Canadá) e LATAM (América Latina). Outra abordagem é a verificação de onde a Netflix decide abrir

⁹⁵ Original: “Such studies reveal behaviour and practice set in specific cultural environments, particular audiovisual ecosystems, and norms of internet accessibility”.

escritórios e contratar pessoas, indicando um investimento local que possivelmente busca dialogar com serviços audiovisuais já existentes nos mais diferentes países. Em 2022, a Netflix indica a existência de escritórios em quase trinta países (NETFLIX, [2022b]), e a sede de Lagos, na Nigéria, foi inaugurada em 2020 (DECA, 2020; NETFLIX ESTABLISHED..., 2020).

Uma das estratégias multinacionais mais importantes para esta pesquisa (e tantas outras) é a curadoria de conteúdo da Netflix, que mostra o quão interessada ela está em conquistar assinantes em múltiplos países ao diversificar seu catálogo. Quanto mais conteúdo produzido localmente em países cuja população representa um número promissor de novos assinantes, mais diversificado é o catálogo da Netflix, e mais “inclusiva” e “completa” ela parece aos olhos de consumidores em todo o mundo.

O universo da produção cultural é conseqüentemente fortemente determinado pelo que é viável comercialmente. Uma das razões de a Netflix ser um local de estudo interessante e importante é por conta das diferenças em *seu modelo de negócio* – em como ganha dinheiro e mede o sucesso (atraindo assinantes) –, das *ferramentas competitivas proporcionadas pela tecnologia* que ela usa para fazer isso (sob demanda, em escala multinacional) e de como a disponibilidade dessas ferramentas permite a ela seguir *estratégias de conteúdo* diferentes de outros setores da indústria audiovisual. (LOTZ, 2021, p. 11, grifos da autora, tradução nossa⁹⁶).

Um ponto importante a considerar, segundo Lotz, é como a Netflix, enquanto serviço multinacional, muda completamente a lógica “nacional” de serviços de difusão de conteúdo via canais de televisão transnacionais, por exemplo, que continuam a recorrer a “lentes nacionais” para montar suas programações.

Quando programas “estrangeiros” são adquiridos por canais locais, é com base na probabilidade daquele programa alcançar um grande número de telespectadores dentro do alcance daquele canal – e o alcance é definido geograficamente. Do mesmo modo, os canais transnacionais consideram a audiência como um agrupamento nacional porque os anunciantes quase sempre buscam públicos definidos por uma nação (Chalaby, 2008). A entrega sob demanda da Netflix diminui essa lente nacional implícita. Ao invés de tentar agrupar uma audiência com base em uma nação e que possa ser vendida a anunciantes os quais concebem os públicos agregados em blocos nacionais, a Netflix visa os assinantes com base em seus gostos e sensibilidades, que geralmente não são populares o suficiente para serem abordados por serviços que buscam um público nacional “massivo”. (LOTZ, 2021, p. 13, tradução nossa⁹⁷).

⁹⁶ Original: “The universe of cultural production is consequently strongly determined by what is commercially viable. One of the reasons Netflix is an interesting and important site of study is because of the differences in its *business model* – in how it makes money and measures success (enticing subscribers) – the *technologically afforded competitive tools* it uses to do so (on demand, multinational scale), and how the availability of these tools allow it to pursue different *content strategies* than other audiovisual industry sectors”.

⁹⁷ Original: “When ‘foreign’ programs are acquired by local channels, it is on the basis of whether the program is likely to gather a large number of viewers within the reach of that channel – and reach is geographically defined. Likewise, transnational channels consider the audience as a national aggregate because advertisers mostly seek audiences defined by nation (Chalaby, 2008). Netflix’s on-demand delivery diminishes that implicit national

Essas características, aliadas ao fato de a Netflix oferecer conteúdos para audiências massivas e de nicho simultaneamente (muitas vezes investindo mais nestas como estratégia para ganhar mais assinantes), são também as responsáveis por sua grande distinção e competitividade no mercado de SVODs. No entanto, como a empresa não divulga os dados de comportamento dos seus consumidores (com poucas exceções), tampouco oferece informações que relacionem os conteúdos com os números de assinantes em determinados países ou regiões, é impossível determinar se as estratégias multinacionais da plataforma e seus investimentos em produtos de nicho de fato resultam no aumento de assinaturas mensais. Do mesmo modo, podemos apenas imaginar até que ponto a aposta em conteúdo africano pode ter interessado a públicos africanos na África ou na diáspora, bem como se tal conteúdo fez com que pessoas interessadas no audiovisual africano em qualquer parte do mundo decidissem assinar a Netflix por esse motivo.

Somente uma pesquisa muito minuciosa em torno dos comportamentos de assinantes em todo o mundo poderia dar pistas sobre essas questões, embora possamos inferir que a persistência em investir em conteúdo do e nos países africanos representa um indício de que a estratégia é bem-sucedida economicamente para a empresa. Como aponta Lotz (2021), tal sucesso não é medido necessariamente a partir de listas de filmes e séries mais vistos na plataforma em determinado período, por exemplo, uma vez que esse critério (o de visionamento massivo) não parece ser o único que influencia as decisões de produção e aquisição de obras para o serviço. Tampouco existem dados precisos sobre a dinâmica de aquisições e sua abrangência nas regiões específicas – por exemplo, a ARRAY, produtora e distribuidora liderada por Ava DuVernay nos Estados Unidos, distribui filmes africanos na plataforma apenas para o território estadunidense. Por outro lado, muitos títulos africanos contemporâneos da Nigéria e da África do Sul são lançados apenas regionalmente no continente, e os critérios para essas decisões não são claros. A falta de dados detalhados sobre o consumo de conteúdo na Netflix, bem como sobre suas decisões acerca do catálogo, continua sendo um obstáculo no âmbito da pesquisa sobre a plataforma.

De qualquer modo, ainda que a atuação com *status* de “global” da Netflix esteja sempre em disputa tanto no ambiente acadêmico como no universo esportadorial, é preciso assumir que o serviço é hoje o que tem mais alcance internacional (mais do que qualquer outra plataforma similar), colocando-se no centro de qualquer discussão sobre acessibilidade de conteúdos

lens. Rather than trying to aggregate a nation-bound audience that can be sold to advertisers who conceive of audiences aggregated in national clumps, Netflix targets subscribers based on tastes and sensibilities that are often not sufficiently popular to be addressed by services aiming for a national ‘mass’ audience”.

diversos de todo o mundo para todo o mundo. Em ensaio introdutório de um dossiê sobre a dimensão global da Netflix, Ramon Lobato e Amanda Lotz (2020) voltam a ressaltar as ambiguidades da relação local/global que a empresa tensiona. Para os autores,

Localizar criticamente a Netflix em um contexto global requer lidar com duas realidades contraditórias em equilíbrio: a Netflix é uma empresa única que possui relações de assinatura diretas com o consumidor com mais de 150 milhões de clientes no mundo inteiro. Isso a torna indiscutivelmente mais global do que qualquer outra produtora ou distribuidora de audiovisual anterior. Mas para construir qualquer argumento sobre a Netflix é necessário localizá-la em um lugar específico – em um catálogo específico de um país; em um Estado-nação com infraestruturas tecnológicas particulares, serviços concorrentes e complementares e regimes regulatórios; e em mercados caracterizados por diversas expectativas, preferências e normas culturais do público. (LOBATO; LOTZ, 2020, p. 132, tradução nossa⁹⁸).

Ambos questionam, portanto, o que está em jogo quando mencionamos a Netflix como um serviço “global”, considerando também nessa equação a relação que a empresa estabelece com os agentes dos mercados nos quais passa a se inserir em cada país, como operadoras de televisão aberta e fechada, plataformas de *streaming* locais e serviços de internet. Lobato e Lotz coordenam um projeto de pesquisa chamado *Global Internet TV Consortium*, uma rede de estudiosos de mídia que “explora o impacto dos serviços de televisão distribuída pela internet em mercados nacionais específicos” (c2021, online, tradução nossa⁹⁹), cujo grande protagonista tem sido o papel da Netflix na paisagem audiovisual em diversas regiões do mundo. Interessada em compreender melhor as implicações de serviços televisivos distribuídos pela internet em nível multinacional, a rede disponibiliza, no seu website, dossiês com dados atualizados de como os mais diversos países estão lidando com a Netflix e outros serviços similares.

Os autores relatam que muitos dos dossiês revelam o modo como distribuidores de conteúdo audiovisual que já existiam antes da Netflix sofrem mais profundamente o impacto de sua presença nos mercados dos respectivos países – ainda que, em alguns casos, tal impacto não signifique mudanças profundas, de modo que a plataforma convive com outros serviços que conseguem se manter na concorrência. Quando colocados em perspectiva, os dossiês, que representam os casos de países de diversos continentes (no caso africano, somente da África do Sul), revelam que o campo de pesquisa em torno da Netflix levanta cada vez mais questões,

⁹⁸ Original: “Critically locating Netflix in a global context requires holding two contradictory realities in balance: Netflix is a single company that has direct-to-consumer subscription relationships with 150 million customers worldwide. This makes it arguably more global than any previous screen producer and distributor. But to make any claim about Netflix requires locating it in a particular place – in a country-specific catalog; in a nation-state with particular technological infrastructure, competing and complementary services, and regulatory regimes; and in markets characterized by different audience expectations, preferences, and cultural norms”.

⁹⁹ Original: “explores the impact of internet-distributed television services in specific national markets”.

desafiadoras inclusive no que diz respeito aos caminhos teóricos e metodológicos que podem dar conta do fenômeno. As perguntas formuladas por Lobato e Lotz se aproximam bastante daquelas que motivam esta tese:

Igualmente importantes são as questões metodológicas e conceituais que o experimento do consórcio levanta – questões sobre práticas de pesquisa, o “espectro de comparações” e como conceituar a relação entre o global e o nacional. A Netflix é um serviço global com versões locais, ou um conjunto de serviços nacionais amarrados em uma plataforma global? Por qual medida de referência nós julgamos sua penetração global (por exemplo, alcance, popularidade, reconhecimento de marca ou receita)? A comparação transnacional é o melhor jeito de estudar a Netflix em uma era “pós-nacional”? Poderiam outras unidades geográficas de análise, como regiões ou mercados geolinguísticos, fornecer respostas diferentes? A expansão da Netflix na produção de séries originais fora dos Estados Unidos poderia sugerir novas ideias sobre suas estratégias serem multinacionais, ao invés de globais, mas também mais complicadas do que aquelas de uma hegemônica estadunidense convencional? (LOBATO; LOTZ, 2020, p. 135, tradução nossa¹⁰⁰).

Antes de avançarmos nessa discussão, é importante detalhar a nomenclatura dos tipos de contratos que a Netflix faz para sua produção original: filmes e séries comissionados; comissionados em conjunto; e aquisições. A primeira categoria diz respeito aos produtos audiovisuais contratados ou encomendados diretamente pela plataforma, ou seja, obras as quais ela paga para que sejam realizadas. São esses produtos que se tornam “originais Netflix” e nem sempre são títulos produzidos pela própria equipe da empresa, mas sim por profissionais locais/nacionais contratados por ela. Em geral, os direitos sobre essas séries e filmes são 100% da plataforma, que adquire a garantia exclusiva de exibição em nível global ou por tempo indeterminado, ou por pelo menos 15 anos (LOTZ, 2021). No caso dos comissionados em conjunto, a Netflix divide os custos com uma produtora local, que também pode ser uma emissora de televisão ou outro serviço de difusão no país. Segundo Lotz (2021), esses acordos usualmente mostram que a Netflix chega a financiar por volta de 80% do custo total da produção, e as negociações sobre os direitos determinam que a plataforma tem exclusividade de difusão via internet em todos os territórios em que atua, com exceção do país coprodutor, que exhibe o conteúdo em seus próprios veículos nacionais. Esses títulos também são lançados sob o selo “original Netflix”. Por último, as aquisições para o catálogo representam os filmes e

¹⁰⁰ Original: “Just as important are the methodological and conceptual questions that the consortium experiment raises – questions about research practices, the “spectre of comparisons,” and how to conceptualize the relationship between the global and the national. Is Netflix a global service with local versions, or a collection of national services tied together into a global platform? By what yardstick do we judge its global penetration (e.g., reach, popularity, brand-recognition, or revenue)? Is cross-national comparison the best way to study Netflix in a “postnational” age? Might other geographic units of analysis, such as regions or geo-linguistic markets, provide different answers? What new insight does Netflix’s expansion of original series production outside the United States suggest about whether its strategy may be multinational, rather than global, but also more complicated than that of a conventional US hegemon?”.

séries adquiridos, mas sem um vínculo de produção. Tais produtos também podem ser “originais Netflix”, mas aqui a nomenclatura refere-se apenas ao fato de a plataforma ter exclusividade de distribuição em nível global. É o caso dos três filmes nigerianos analisados aqui: todos são produções independentes, sem qualquer vínculo com a Netflix, mas foram por ela adquiridos com exclusividade para distribuição em todo o mundo. São, portanto, “originais Netflix” e não possuem data para deixar a plataforma.

4.4 Estratégias de programação e o gesto curatorial da Netflix

São escassas as pesquisas no campo do cinema e do audiovisual sobre a prática curatorial, e as poucas obras e autores que se dedicam a pensar esse universo em geral se baseiam na literatura das artes visuais, convocando questões em torno da programação e de seus aspectos lineares em espaços como as salas de cinema em festivais e cineclubes. Mariana Souto (2020), em suas pesquisas no campo do cinema comparado, atenta para a atividade curatorial como um gesto comparativo entre as obras selecionadas, dispostas para o público em determinadas condições e produzindo determinados sentidos. A autora defende que “o desenho de programação de determinados filmes num ciclo ou numa mesma sessão pode fazê-los dialogar, destacando elementos latentes de um ou outro, produzindo itinerários afetivos e narrativas impensadas” (SOUTO, 2020, p. 866), sendo a curadoria “o ato de interpretar filmes ao colocá-los em determinado contexto, avizinhandos de certos filmes, deixando outros de lado” (p. 866). Pensados desse modo, os filmes não mobilizam sentidos isoladamente, mas apenas quando estão em relação, uma vez que tais “agrupamentos podem se dar por vieses temáticos, estéticos, éticos, entre outros” (SOUTO, 2019, p. 36). Uma das questões mais pertinentes ao argumento de Souto é a da linearidade, que constrói a experiência do público ao ver os filmes de determinada curadoria: as obras são apresentadas em específicos formatos, ordens e percursos, revelando um gesto que imprime significado à aproximação e ao distanciamento entre os títulos exibidos.

Essa perspectiva tem sido aplicada ao pensamento da curadoria cinematográfica em espaços de festivais e cineclubes, e aqui busco aproximá-la da experiência espectral promovida pela Netflix. A linearidade, nesse caso, é um aspecto impertinente, uma vez que os filmes não são exibidos um depois do outro, embora sejam adquiridos e divulgados em uma ordem específica e estratégica. A promoção e o lançamento desses títulos em um determinado espaço de tempo revelam outro sentido de programação para um veículo da natureza da Netflix, que guarda pouquíssimas semelhanças com a lógica de festivais, mostras e cineclubes. No caso deste estudo, o primeiro filme nigeriano adquirido como “original Netflix” sedimenta o

caminho para os próximos, uma vez que é a partir dessa primeira aposta que a plataforma decide, com base em seus próprios marcadores de qualidade, quais outros títulos podem fazer parte da seleta coleção de filmes sob o selo “original”. Ao mesmo tempo, a seleção de filmes nigerianos na Netflix é mais do que somente um depósito de obras ao acaso e marca a relevância da atuação do serviço sobre os dilemas de visibilidade que os cinemas africanos enfrentam historicamente.

Gabriel Menotti (2019, p. 7) chama atenção para o lugar da atividade curatorial como atravessadora das experiências de ver filmes e exibi-los, “práticas igualmente ativas na produção do sentido e do valor de uma obra”, imputando ao curador “uma dose extra de responsabilidade na negociação de relações entre os públicos e as coisas”. Não é difícil, portanto, enquadrar a Netflix no seio dessas discussões, uma vez que a plataforma, além de ser por definição um serviço de curadoria de conteúdo audiovisual, estabelece o seu próprio selo “original Netflix” como um marcador de distinção, um sinalizador de qualidade, uma escolha destinada somente às obras que “merecem” esse título e são tão especiais a ponto de o portal desejar ser seu distribuidor exclusivo em nível global.

Tal título é atribuído às obras nas quais a plataforma decide investir, ou seja, naquelas em que ela aposta que obterá retorno, medido por aspectos como o número de consumidores que dão *play* nos filmes em sua semana de lançamento em nível global e regional (regiões de interesse específico) e o aumento do número de assinantes em regiões vinculadas às produções lançadas (vínculos geográficos, mas não só), entre outras métricas que só podemos imaginar. Independentemente das motivações estritamente comerciais da curadoria da Netflix, que a afastam de análises que pensam o impacto da curadoria nas dinâmicas de exibição que buscam jogar luz sobre determinados aspectos fílmicos de conjuntos de filmes, o fato é que ela constrói o seu próprio espaço de sentidos sobre as obras, sendo “instrumental para a territorialização de imagens, colaborando na constituição de espaços nos quais a obra possa vir a existir” (MENOTTI, 2019, p. 8). Especificamente nesse sentido, a plataforma inaugura uma promessa de visibilidade para os cinemas africanos em todo o mundo e faz isso a partir de orientações curatoriais específicas.

Pensar curadoria no âmbito da Netflix implica também uma reflexão sobre as suas lógicas internas de funcionamento enquanto um *portal de televisão distribuída pela internet*, segundo definição de Amanda Lotz (2017), que defende “portal” como um termo possível para distinguir “os serviços intermediários cruciais que agrupam, *realizam a curadoria* e distribuem programação televisiva através da internet. Portais, como Netflix [...], são o equivalente da

internet de canais” (posição 249, grifo e tradução nossos¹⁰¹). Para a autora, é importante ressaltar, no entanto, as semelhanças que os portais têm com outros serviços de televisão, especialmente no que diz respeito à construção de um catálogo que seja continuamente atrativo para os mais diversos públicos, e que expressões/definições como SVOD (*subscription video on demand*) ou OTT (*over-the-top*) “obscurecem a consistência dos atributos definidores da televisão, independentemente do desenvolvimento de um novo mecanismo de distribuição com algumas novas capacidades” (LOTZ, 2017, posição 240-244, tradução nossa¹⁰²).

Um dos afastamentos fundamentais entre esses dois tipos de serviço de televisão está justamente no âmbito da linearidade: plataformas como a Netflix não estão atadas a uma grade de programação limitada a um cardápio de atrações oferecidas somente em ciclos de 24 horas, pensadas estrategicamente por horários e, de uma forma mais geral, orientadas para um público massivo “homogêneo” – ou pelo menos tratado desse modo. Mesmo nos canais por assinatura, muitas vezes voltados para públicos específicos, estratégicos e de nicho, a grade linear de programação ainda limita as possibilidades de consumo por parte dos assinantes. Os portais, por outro lado, não têm limitação de tempo e de espaço com relação ao conteúdo. Sua restrição diz mais respeito às questões orçamentárias: qual é o orçamento disponível do serviço e quanto dele a empresa está disposta a aplicar no licenciamento de obras para o seu catálogo? Essa limitação repercute no aumento de investimento em conteúdos “originais”, uma vez que os portais assumem os direitos de exibição dessas obras (ou pelo menos boa parte deles) e, no caso da Netflix em especial, atribuem a elas um selo com forte valor simbólico. Assim, faz sentido pensar a atuação de serviços como a Netflix como uma curadoria:

A principal tarefa dos portais pode ser melhor considerada como a de curadoria – do ato de realizar a curadoria de um catálogo de conteúdo baseado na identidade, na visão e na estratégia que direcionam seu modelo de negócios. Várias táticas distintas de curadoria são evidentes entre os portais – táticas derivadas do modelo de receita, do público-alvo e das propriedades intelectuais do portal, entre outros fatores. A curadoria – embora largamente pouco teorizada – difere consideravelmente da programação, e os paralelos aos ricos *insights* disponíveis sobre as estratégias de programação precisam ser criados agora para a curadoria de catálogos comerciais. (LOTZ, 2017, posição 249-254, tradução nossa¹⁰³).

¹⁰¹ Original: “the crucial intermediary services that collect, *curate*, and distribute television programming via internet distribution. Portals, such as Netflix [...], are the internet equivalent of channels”.

¹⁰² Original: “obscure the consistency of television’s defining attributes regardless of the development of a new mechanism of distribution with some new capabilities”.

¹⁰³ Original: “Portals’ primary task might be better regarded as that of curation – of curating a library of content based on the identity, vision, and strategy that drive its business model. Many different curation tactics are evident among portals – tactics derived from the revenue model, the target market, and intellectual property owned by the portal, among other factors. Curation – although largely untheorized – differs considerably from scheduling, and parallels to the rich insight available about scheduling strategies must now be created for commercial library curation”.

Essa curadoria, construída em uma lógica específica de um serviço de televisão distribuída pela internet, leva em consideração todas as estratégias que empresas como a Netflix usam para não só atrair mais assinantes, mas também para mantê-los continuamente interessados no que o portal tem a oferecer. A organização do conteúdo adquirido ou comissionado revela uma série de dispositivos que induzem o consumo contínuo, baseados em padrões revelados pelo usuário, como os títulos recentemente vistos e avaliados como positivos e os termos acionados nos mecanismos de busca. A partir de dados como esses, a Netflix pode configurar um mecanismo de reprodução automática (*autoplay*) depois que um filme ou série termina, baseado em critérios de similaridade e/ou popularidade dos títulos, ou personalizar os resultados da busca feita pelo usuário apresentando alternativas com temas, obras e/ou gêneros relacionados. Ainda, o portal customiza a página inicial do assinante com base em suas preferências, construindo um sistema de recomendações que oferece a possibilidade de uma experiência única e direcionada para cada consumidor.

Como afirma Lotz (2017), ainda em seu argumento sobre aproximações e afastamentos entre as televisões linear e a não linear, “os portais são capazes de elaborar mensagens promocionais e recomendações sob medida para assinantes específicos, ao invés do envio massivo de mensagens característico da distribuição linear” (posição 267, tradução nossa¹⁰⁴). A distribuição de conteúdos audiovisuais em serviços de televisão não linear, portanto, “elimina a especificidade de tempo e reduz enormemente o limite de capacidade” (posição 513, tradução nossa¹⁰⁵), além de contribuir para a construção de lógicas internas próprias de curadoria para um catálogo que precisa servir aos seus assinantes, os quais são mobilizados de forma expressiva por seus respectivos nichos. O fato de a Netflix oferecer uma experiência diferente para cada usuário a partir de uma mesma oferta de catálogo exige que ela não só pense nos públicos mais específicos com base em uma enormidade de padrões de gosto, mas que tal habilidade seja justamente o seu diferencial enquanto portal de televisão distribuída pela internet. Uma vez que se trata de um serviço cujo modelo de negócios se baseia em assinaturas mensais, é fundamental que a oferta de conteúdos esteja dentro das expectativas dos mais variados nichos de público em todo o mundo para que essas assinaturas não sejam canceladas – e, tão importante quanto, para que novas subscrições sejam feitas.

¹⁰⁴ Original: “Portals are able to tailor promotional messaging and recommendations to particular subscribers rather than the mass messaging characteristic of linear distribution”.

¹⁰⁵ Original: “eliminates time specificity and greatly reduces capacity constraint”.

Lotz (2017) sugere que portais como a Netflix apresentam pelo menos duas estratégias curatoriais para servir às suas bases de assinantes: a de audiência e a de aquisição de conteúdo. As duas estão intimamente relacionadas, uma vez que a curadoria precisa garantir que as obras “atendam às necessidades de um público específico ou de um gosto específico do público, especialmente de nichos que não são bem servidos pela televisão existente” (posição 517, tradução nossa¹⁰⁶), e, portanto, “fornecer conteúdo que o público queira assistir – ao invés de simplesmente algo qualquer para assistir” (posição 541, tradução nossa¹⁰⁷). Essas táticas são importantes quando pensamos como a Netflix busca mobilizar um valor simbólico sobre as aquisições para o seu catálogo, bem como sobre as séries e os filmes comissionados pelo portal ao longo dos anos em que expandiu sua presença em quase todo o mundo. A empresa estimula um consumo com base na noção de que ela (e somente ela) pode atender a uma demanda muito específica, de modo que aquele público ou nicho se sinta tão contemplado pelo serviço a ponto de pagar por ele em um sistema de cobrança contínua. Para Lotz, essas estratégias só funcionam por conta da natureza não linear da Netflix:

O catálogo da Netflix possui conteúdo que visa múltiplos gostos e é capaz de atingir efetivamente esses múltiplos gostos porque é não linear. Até o mais leal consumidor da Netflix acessa uma pequena parte do catálogo e provavelmente tem pouca consciência do que mais está disponível ali. [...] A Netflix se aproveita do que podem ser consideradas as propriedades positivas das bolhas de filtro, de modo que pessoas com gostos diferentes possuem experiências muito diferentes do conteúdo disponível, de uma maneira que reforça nelas a noção de qual é a marca da Netflix. Variando da estratégia de nicho de vários portais, a Netflix segue uma estratégia de “conglomerados de nichos”. A empresa atende a públicos múltiplos, mas isso é muito diferente de uma estratégia “de massa”. (LOTZ, 2017, posição 546-550, tradução nossa¹⁰⁸).

Esse é outro ponto fundamental para entender a estratégia curatorial da Netflix: quando a empresa lança uma série ou adquire um filme, ela não espera que toda a sua base de assinantes se interesse com a mesma intensidade (ou que sequer se interesse) por esses conteúdos. Em um mesmo portal, ela oferece títulos atrativos para diferentes públicos, todos eles massivos em seus respectivos nichos, tais como fãs da cultura coreana, amantes dos musicais de Bollywood, pais

¹⁰⁶ Original: “meet the needs of a specific audience or audience taste, especially niches not well served by existing television”.

¹⁰⁷ Original: “to provide content viewers want to watch – rather than just something to watch”.

¹⁰⁸ Original: “Netflix’s library contains content targeting multiple taste groups, and it is able to effectively target these multiple tastes because it is nonlinear. Even the most loyal Netflix consumer accesses a small amount of the library and likely has little awareness of what else is available. [...] Netflix takes advantage of what might be considered as the positive properties of filter bubbles so that people with different tastes have very different experiences of the content available in a way that affirms their sense of the Netflix brand. Varying from the niche strategy of several portals then, Netflix pursues a ‘conglomerated niche’ strategy. The company services multiple audiences, but this is very different than a ‘mass’ strategy”.

com filhos pequenos que buscam conteúdo infantil, adoradores de novelas mexicanas, comunidades de pessoas em situação de invisibilidade (pessoas pretas, LGBTQIA+, indígenas etc.), entre tantos e tantos outros. A forma como a empresa mensura o sucesso desse consumo permanece um mistério, uma vez que ela não divulga quase nenhum dado que ajude a esclarecer com detalhes suas estratégias, mas a insistência em adquirir e produzir obras audiovisuais para muitos desses nichos indica o sucesso da empreitada, ainda que o tema mereça mais atenção do que posso dar aqui. O que sabemos é que o investimento em nichos está fortemente relacionado à estratégia multinacional da Netflix.

Importante mencionar ainda que a “cultura do algoritmo”, que tanto Lotz (2017) como Lobato (2019) assumem como o universo dentro do qual a estratégia curatorial da Netflix funciona, é apontada como uma característica fundamental da empresa.

Na tela inicial da Netflix, recomendações algorítmicas são usadas para a realização de uma *autocuradoria* de seleções de conteúdo engendradas em torno dos perfis de dados de usuários individuais. Cada seleção de vídeo que aparece na tela inicial é o resultado de cálculos intrincados baseados em dados submetidos pelo usuário (classificações de filmes e histórico de visualizações), filtragem colaborativa (previsões baseadas nas atividades de outras pessoas) e codificação manual dos filmes para todos os pontos de metadados imagináveis, de tipos de personagens até os finais das histórias. (LOBATO, 2019, p. 40, grifo e tradução nossos¹⁰⁹).

A ideia de uma “autocuradoria” é intrigante. Mesmo que, de fato, o modo como a Netflix organiza e cruza os dados dos assinantes com as informações e características dos produtos disponíveis em seu catálogo conduza a um processo automático de sugestão de títulos para determinado indivíduo, ainda assim os títulos presentes no acervo do portal são o resultado de uma estratégia de aquisição que vem antes da automatização dos dados com base em algoritmos. Naturalmente, os comportamentos de consumo dos assinantes chegam ao conhecimento da empresa por meio da atuação dos algoritmos, o que leva a um ciclo que reitera a relação ou o “trabalho em equipe” entre esses números e os conteúdos adquiridos continuamente pela Netflix. Tal relação também pauta a própria interface do portal, a representação direta de como todas essas estratégias funcionam em prol de uma experiência otimizada e particularizada para cada assinante. Lobato (2019) insiste na ideia de “curadoria automática”, mas faz importantes observações no que concerne ao modo como a Netflix se apresenta para o usuário, em especial

¹⁰⁹ Original: “On the Netflix home screen, algorithmic recommendations are used to *autocurate* selections of content geared around individual users’ data profiles. Every video selection that appears on the home screen is the result of intricate calculations based on user-submitted data (movie ratings and viewing history), collaborative filtering (predictions based on other people’s activities), and manual coding of films for all conceivable metadata points, from character types to endings”.

no que diz respeito à sensação de abundância de títulos oferecidos e que podem ser de interesse do assinante.

A interface da Netflix muda regularmente, mas no momento da escrita deste texto, ela é organizada em categorias que são fruto da curadoria automática de uma lista de milhares de opções em potencial, incluindo gêneros populares (comédias românticas), bem como microgêneros hiperespecíficos (documentários do estilo lute-contra-o-sistema) (Madrigal 2014). Esse banquete de conteúdo é organizado em tiras coloridas tipo celuloide que deslizam para a direita da página, sugerindo uma infinita variedade de escolhas. Dessa forma, o espectador é posicionado como o usuário-navegador soberano de um arquivo sem fim de conteúdo audiovisual. Tais escolhas de design são construídas cuidadosamente para criar a aparência de abundância textual e esconder as limitações naquilo que é um finito catálogo da Netflix. (LOBATO, 2019, p. 41, tradução nossa¹¹⁰).

Interessa-me aqui evidenciar o argumento de que a curadoria da empresa não só não é simplesmente automática como é uma de suas estratégias mais importantes. Por mais que, quando pensamos na teoria sobre curadoria em contextos de análise que envolvem programação em museus, festivais e cineclubes, essa prática assuma importância no que tange a um trabalho qualificado e contínuo de atribuição de valor a um conjunto de obras dispostas em determinada ordem, espaço e contexto, o que a Netflix faz é exatamente a mesma coisa, mas a partir de um formato e de uma lógica diferentes, com objetivos mais comerciais do que artísticos. Não que, para esta pesquisa, isso seja um demérito. Pelo contrário, interessa-me vincular a ideia de curadoria a um serviço de assinatura oferecido por um portal de televisão distribuída pela internet, especialmente quando ele, enquanto marca, precisa trabalhar estrategicamente para atribuir valor simbólico às suas escolhas de filmes e séries adquiridos e comissionados.

Se em espaços como museus e festivais os nomes dos curadores que assinam determinada programação (além do prestígio dos locais e dos eventos vinculados) são os marcadores de valor, no caso da Netflix, o “conteúdo original e exclusivo” parece assumir o lugar de prestígio por ela desejado. Os conteúdos exclusivos da empresa, ou seja, aqueles que só podem ser acessados lá e em nenhum outro serviço de *streaming*, tornam-se, portanto, os destaques do seu catálogo, os produtos sobre os quais a Netflix lança mais holofotes (em termos de ações promocionais) e nos quais está disposta a investir muito mais financeiramente, o que significa que são decisões estratégicas e nunca aleatórias. O selo “original Netflix”, que pode

¹¹⁰ Original: “The Netflix interface changes regularly but at the time of writing is organized into categories that are curated automatically from a list of thousands of potential options, including popular genres (romantic comedies) as well as hyperspecific microgenres (fight-the-system documentaries) (Madrigal 2014). This smorgasbord of content is arranged into celluloid-like strips of color that slide off the right-hand side of the page, suggesting an infinite variety of choices. In this way, the viewer is positioned as the sovereign navigator-user of an endless archive of screen content. Such design choices are carefully constructed to create the appearance of textual abundance and conceal limitations in what is a finite Netflix catalog”.

ser atribuído tanto a produtos licenciados como a obras comissionadas, é um marcador de distinção dentro do portal e um evidente aspecto de sua atuação enquanto agente curatorial, além de funcionar como uma forma de atrair novos assinantes, uma vez que o conteúdo está disponível lá com exclusividade.

A exclusividade – embora seja uma antiga ferramenta da programação televisiva – consegue um uso estratégico ainda maior dentro do contexto dos portais financiados por assinantes. Diferentemente das regras da televisão linear, na qual um canal tipicamente garante direitos de exclusividade de um conteúdo apenas por um período de tempo, os portais financiados por assinantes têm procurado licenciar séries originais de uma maneira que efetivamente força aqueles que desejam tal conteúdo a assinar seus serviços. (LOTZ, 2017, posição 586, tradução nossa¹¹¹).

Importante ainda ressaltar que é mais difícil, no caso da Netflix e de outros portais de televisão distribuída pela internet, colocar um rosto ou um nome nessa curadoria, uma vez que estamos falando necessariamente de uma marca. Existem centenas de pessoas dentro da Netflix que trabalham nos diferentes nichos e obedecem a diferentes instâncias internas de poder e de decisão, as quais dão a aprovação final de tudo que entra no catálogo e de como isso é feito.

No caso da África, pelo menos duas pessoas africanas estão à frente das curadorias de conteúdos vindos do ou produzidos no continente: o nigeriano Ben Amadasun e a queniana Dorothy Ghattuba. Amadasun trabalhou em vários países como executivo de mídia e, antes de ingressar na Netflix, foi vice-presidente sênior e CEO da Kwese Free TV, da Econet Media. Sua função atual é manter parcerias e conduzir as estratégias de licenciamento em todo o continente. Ghattuba é uma das mais reconhecidas produtoras da indústria audiovisual do Quênia, com foco em produções para a televisão. É cofundadora da Spielworks Media Limited, empresa que abriu em 2009 quando decidiu sair do Canadá e voltar para o Quênia para trabalhar com conteúdo local televisivo. No país africano, ela desenvolveu 18 programas de televisão, mais de 20 programas para a internet e 40 filmes para a TV. Hoje ela faz parte da diretoria do Kenya Film Commission e em 2020 foi contratada pela Netflix para assumir a gerência das séries originais do portal – ou seja, é ela quem faz a curadoria das histórias africanas que têm o potencial de se tornarem obras originais da plataforma, de acordo com as diretrizes editoriais da empresa.

Tanto Ghattuba como Amadasun estão nessas posições em função do profundo conhecimento das indústrias audiovisuais africanas (notadamente, do Quênia, da África do Sul

¹¹¹ Original: “Exclusivity – although long a tool of television scheduling – achieves even greater strategic use in the context of subscriber-funded portals. Unlike the norms of linear television in which a channel typically only secured exclusive rights to content for a period of time, subscriber-funded portals have sought to license original series in a way that effectively forces those who desire this content to subscribe to their services”.

e da Nigéria) e atuam como curadores de séries e filmes a licenciar e comissionar. Nas diversas entrevistas que concederam desde que passaram a atuar no portal, nenhum dos dois oferece muitos detalhes sobre os critérios para selecionar histórias boas o suficiente para entrar no catálogo da Netflix. Em entrevista à CNN, Ghettuba é incisiva quando trata da importância dos “originais” que garantem que os conteúdos africanos sejam de fato consumidos em todo o mundo:

Nós queremos ter esse catálogo global, para que todos os nossos membros possam assistir aos nossos programas ao mesmo tempo. É por isso que os originais são muito, muito importantes para nós. Nosso objetivo final é que queremos ser o lar das melhores histórias africanas. Nós queremos que saiba que, se você está procurando as melhores histórias africanas, então você vai encontrá-las na Netflix. Nós vamos expandir pesadamente para garantir que esse objetivo seja alcançado. (CHEN, 2020, online, tradução nossa¹¹²).

Em sua página no LinkedIn, a produtora menciona ainda uma cultura de liberdade e responsabilidade da Netflix (GHETTUBA, 2020), que a permite trabalhar em prol daquele que sempre foi o grande objetivo da sua carreira: contar as melhores histórias africanas para o mundo. Ghettuba tem se associado a diversos festivais e iniciativas de desenvolvimento de roteiros para projetos audiovisuais na Nigéria, na África do Sul e no Quênia, países nos quais a Netflix escolheu investir desde que entrou no continente. Ela está à frente de todas as séries originais Netflix africanas já lançadas e que estão por vir.

No caso dos filmes, o responsável pela curadoria é Ben Amadasun. Em uma entrevista, o executivo deu pistas sobre como as apostas em licenciamento de filmes africanos para a plataforma têm trazido bons retornos, o que explica a continuidade e até o aumento desses investimentos, bem como indica os tipos de obras e narrativas que dão o tom do catálogo da Netflix. Nas palavras de Amadasun,

Obviamente, não podemos compartilhar detalhes acerca do processo, mas o que estamos fazendo é garantir que um volume muito grande do conteúdo nigeriano de melhor qualidade esteja disponível para o mercado na África e no resto do mundo. Nós estamos recebendo *feedbacks* favoráveis, avaliações muito boas de diferentes partes do mundo. Em termos de como isso ressoa, nós podemos ver que existe muito engajamento com parte do conteúdo, então as coisas parecem estar indo bem do ponto de vista do licenciamento. Acho que, desde o último ano, o catálogo maior expandido tem sido recebido muito positivamente e isso tem sido bom para Nollywood. (OKICHE, 2020, online, tradução nossa¹¹³).

¹¹² Original: “We want to have this global catalog, so that all our members can watch our shows at the same time. That’s why originals are very, very important to us. Our ultimate aim is that we want to be the home of the best-in-class African stories. We want you to know that if you’re looking for the best African stories, then you will find them on Netflix. We are going to expand heavily to ensure that goal is met”.

¹¹³ Original: “Obviously, we can’t share details of the back end but what we are doing is making sure that a very large volume of the best quality Nigerian content is available to the market across Africa and the rest of the world. We are getting favorable feedback, very good reviews from different parts of the world. In terms of how

No caso da Nigéria, por conta da pandemia da Covid-19, muitos dos projetos de séries que estavam previstos para desenvolvimento e lançamento foram adiados ou descartados: o projeto de ficção científica do realizador Akin Omotoso (nigeriano e atuante também na África do Sul), um dos nomes mais famosos do cinema africano, foi cancelado, e a minissérie resultante da continuação do *blockbuster King of Boys* foi a única estreia mantida para o período. *King of Boys: O Retorno do Rei* entrou no catálogo como original Netflix em 27 de agosto de 2021 com sete episódios de 60 minutos cada (com exceção do último, com 79 minutos).

A Nigéria, portanto, ainda não tem relevância no que diz respeito às produções seriadas (ainda que as promessas de projetos sejam muitas), mas, no que concerne aos filmes, a Netflix já oferece um número razoável de títulos. Após a estreia de *Lionheart*, primeiro longa-metragem dirigido por Genevieve Nnaji e o primeiro filme nigeriano adquirido como original Netflix, a empresa sedimentou suas apostas no continente africano, começando por uma grande indústria que mobiliza milhões de pessoas dentro e fora da África. Comprometido com uma ideia de “audiências globais”, o portal precisou negociar com expectativas locais e internacionais, de modo a construir estrategicamente uma audiência para esses filmes que fizesse valer o investimento. Com a entrada de *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi* nessa coleção inicial de filmes nigerianos originais Netflix, a empresa deu uma primeira cartada nos tipos de filmes, narrativas e universos temáticos aos quais estava interessada em se associar.

4.5 A curadoria de originais Netflix não africanos sobre a África

Pensando em termos de curadoria, os três primeiros filmes nigerianos licenciados como originais não estão “sozinhos” dentro da Netflix. Não me refiro aqui às dezenas de outros filmes nigerianos existentes no catálogo como licenciamentos regulares, mas às outras obras originais Netflix, de diversos outros países, nas quais a África aparece como universo temático, seja porque os filmes se passam no continente, seja porque apresentam personagens africanas em situação de diáspora vivendo os dilemas desses deslocamentos. Se estamos falando de uma coleção de filmes, não podemos deixar de observar como a empresa vem construindo uma ideia de África com as aquisições em caráter exclusivo para o seu catálogo pelo menos desde 2015,

it resonates, we can see that there is a lot of engagement with some of the content, so things are looking good from a licensing point of view. I think since the last one year, having the bigger expanded catalog has been received very positively and it has been good for Nollywood”.

com *Beasts of No Nation* (de Cary Fukunaga, Estados Unidos, 2015), um filme de gênero com uma trama centrada em uma guerra civil em um país fictício na África ocidental.

Vários outros exemplos de produções não africanas (ou seja, dirigidas por pessoas não africanas e/ou com produção financiada por países não africanos), cujas histórias se passam no continente ou giram em torno de personagens africanos em diáspora, podem ser encontrados no catálogo sob o selo “original” e muitos são obras recentes que coincidem com o período de aquisição dos títulos nigerianos exclusivos.

Títulos como *O Caderno de Sara* (*El Cuaderno de Sara*, dirigido por Norberto López Amado, Espanha, 2018; estreou na Netflix em maio de 2018), *Joy* (de Sudabeh Mortezaei, Áustria, 2018; estreou na Netflix em 18 de janeiro de 2019), *Resgate do Coração* (*Christmas in the Wild*, de Ernie Barbarash, Estados Unidos, 2019; estreou na Netflix em 1º de novembro de 2019), *O Menino que Descobriu o Vento* (*The Boy Who Harnessed the Wind*, de Chiwetel Ejiofor, Reino Unido, 2019; estreou na Netflix em 1º de março de 2019), *Rosa e Momo* (*La Vita Davanti a Sé*, de Edoardo Ponti, Itália, 2020; estreou na Netflix em 13 de novembro de 2020) e *Adú* (de Salvador Calvo, Espanha, 2020; estreou na Netflix em 16 de junho de 2020) são alguns desses exemplos. Apontar as datas de lançamento desses filmes no portal tem como objetivo ressaltar que as obras foram adquiridas logo depois de suas estreias oficiais, seja em salas comerciais de cinema, seja em festivais – ou seja, a Netflix parece estar atenta a filmes dessa natureza, uma vez que são adquiridos com exclusividade de exibição e dão corpo à coleção de “filmes africanos” ou com “temáticas africanas”.

Todos esses filmes, sem exceção, ou enquadram a África e os africanos em histórias de luta, trajetórias de dificuldades extremas e contos de superação, ou retratam o continente como um lugar de jornadas de cura e reencontro consigo mesmo para os ocidentais. É o que acontece em *Resgate do Coração*, que conta a história de uma mulher de meia idade que resolve viajar sozinha “para a África” após o marido deixá-la. Uma vez na Zâmbia, onde um chalé de luxo a espera, ela acaba se envolvendo em um incidente relacionado à caça de elefantes para roubo de marfim e decide permanecer no local para ajudar em uma missão de salvar elefantes órfãos. Ao mesmo tempo em que “ajuda a África”, ela se envolve com um homem que, solitário, resolveu dedicar a vida aos elefantes.

O risco à existência desses animais também aparece nas primeiras sequências de *Adú*, um drama centrado em três histórias paralelas que se passam em diversas regiões do continente africano e que tem como eixo principal a situação extrema de vulnerabilidade das centenas de imigrantes africanos que tentam cruzar a fronteira do Marrocos com a Espanha. O filme, uma produção espanhola, tenta construir uma série de críticas com relação à política de imigração

na Europa, ao mesmo tempo em que vilaniza os africanos em seus conflitos internos sem nenhuma contextualização a mesma coisa que faz uma outra produção espanhola, *O Caderno de Sara*, cujo enredo de ação e suspense envolve uma mulher desaparecida vista pela última vez em uma situação de guerra civil na República Democrática do Congo.

Já a produção italiana *Rosa e Momo* também foca na questão migratória de jovens africanos a partir da relação do protagonista com uma senhora solitária na Itália. O longa investe em uma história de amizade e superação, onde o amor salva as pessoas apesar de todas as adversidades, e esse mesmo tipo de narrativa da resiliência é a força motriz da produção britânica *O Menino que Descobriu o Vento*, que conta a história de um jovem no Malauí que muda o destino da sua comunidade pobre e faminta quando inventa um moinho de vento que torna possível a plantação naquela área, beneficiando a todos. Ainda no universo de vulnerabilidades em situações de diáspora, a produção austríaca *Joy* acompanha a vida de mulheres africanas que vão para a Europa se prostituir para mandar dinheiro para suas famílias em seus países.

Em comum, como se pode ver, todos os filmes nos quais a história se passa no continente africano ou que têm personagens africanos em diáspora giram em torno de temas-chave para a curadoria de África da Netflix: paisagens míticas e atemporais, como as savanas cheias de animais exóticos, guerras civis, crime e violência, corrupção, situações extremas de vulnerabilidades as mais diversas, como fome, abandono e prostituição, e o bom coração dos ocidentais (europeus e estadunidenses), que sempre querem ajudar os africanos e, através dessas narrativas, revelar para o mundo as mazelas do continente. Frases como “bem-vindo à África” ou “isso é África” frequentemente aparecem nos diálogos entre os personagens desses filmes, em geral apontando para algo “excêntrico” da vida na África, como hábitos alimentares e de moradia, por exemplo.

Sabemos que as representações e leituras da África nos cinemas ocidentais sempre foram carregadas de estereótipos, distorções, essencialismos e ignorância com relação ao continente, além de, em geral, tratá-lo como se fosse um único país. Sabemos ainda que a África costuma ser sinônimo de doença, guerra, paisagens atemporais, tribos e outros marcadores “tradicionais” e exóticos e que o cinema ocidental foi um dos maiores responsáveis pela construção desses imaginários. Meu argumento aqui é que os três filmes nigerianos em questão nesta tese fazem parte dessa coleção mais abrangente de obras originais Netflix que se passam na África e em universos temáticos que exploram basicamente narrativas de superação em ambientes hostis para as pessoas africanas, reiterando estereótipos e “histórias únicas” sobre o continente, para citar Chimamanda Ngozi Adichie (2019).

Como demonstro no próximo capítulo, tanto *Lionheart* como *Por Uma Vida Melhor e A Lição de Moremi* seguem essa mesma linha editorial da Netflix sobre África, a despeito de serem produções africanas, ou seja, realizadas por africanos e dentro do continente, o que significa que o portal está investindo continuamente nas mesmas histórias, vinculando sua marca a um mesmo universo temático sobre o continente africano e as pessoas africanas em mobilidade pelo mundo, ainda que os próprios realizadores africanos estejam à frente dessas obras. O fato de algumas dessas histórias serem contadas pelos próprios africanos fortalece, por um lado, a lógica da linha curatorial da Netflix e, por outro, confere a ela uma espécie de “selo de autenticidade africana” tão demandada pelos ocidentais. Importante mencionar ainda que tal selo de autenticidade é o que também confere à plataforma uma suposta legitimidade no que tange ao modo como mobiliza o universo africano no audiovisual. Se os próprios africanos contam essas histórias marcadas por conflitos e vulnerabilidades, então é claro que elas são “autênticas” –essa é a estratégia retórica da Netflix.

Por conta disso, argumento que é o gesto curatorial da Netflix quem cria os discursos sobre a África, a partir da coleção de filmes que a empresa reúne sob o selo “original”. Dessa forma, a curadoria é também estratégica no sentido de mobilizar os públicos afrodiaspóricos em todo o mundo, tanto os africanos que vivem em contextos de mobilidade pelos mais diversos países como as pessoas afrodescendentes em nações como Brasil, Estados Unidos, México e Colômbia, por exemplo. O considerável aumento no número de narrativas africanas em suas diversas linguagens (música, cinema, dança, teatro, literatura etc.), ocupando espaços marcados pela branquitude e pelo ocidentalismo (cinemas, palcos, festivais, museus etc.), tanto em países culturalmente hegemônicos como naqueles do Sul Global, é sintomático ao revelar o crescente interesse (inclusive mercadológico) de investir em “narrativas pretas”, e a África é a maior referência aqui. Marcadores históricos, como o movimento #BlackLivesMatter, são fundamentais nesse contexto.

Formar uma coleção de obras audiovisuais que convocam esses signos africanos é, portanto, uma tática curatorial da Netflix para se tornar referência no que concerne à difusão de conteúdos relacionados à África, tanto no próprio continente como (especialmente) fora dele. Na prática, a relação que o portal estabelece entre esses títulos é facilmente identificada no seu mecanismo de busca, revelando que os algoritmos e as palavras-chave trabalham para conectar as mais diversas obras em torno de “África”, “negritude”, “mulheres pretas”, “protagonismo negro”, “narrativas negras”, entre tantas outras buscas possíveis. A Netflix, portanto, assume a responsabilidade que qualquer curadoria assume: de construir discursos e oferecer repertório

para públicos específicos, com o encargo de, para isso, tomar decisões com relação ao que deve ser visto, por quais audiências e em que circunstâncias.

A Netflix, ao reunir três longas-metragens da Nova Nollywood como seus “originais” – sendo eles as três primeiras aquisições africanas da plataforma sob esse selo, destacando-as dos outros títulos presentes no catálogo somente com contrato comum de licenciamento para exibição não exclusiva em nível global –, constrói sentidos sobre essas obras. Ao aproximá-las, chama atenção para o seu conjunto: os três primeiros filmes escolhidos para serem o rosto do cinema nigeriano e africano “para o mundo”.

Ao observar os três filmes em questão, algumas escolhas se destacam. A primeira delas é a decisão de trabalhar com agentes do campo audiovisual nigeriano com uma trajetória consolidada e reconhecida nesse espaço social: a atriz, produtora e diretora Genevieve Nnaji, a produtora Mo Abudu e o diretor Kunle Afolayan. As três figuras representam o que de mais relevante tem acontecido no universo da Nova Nollywood em termos de produções, lançamentos, retornos financeiros em salas de cinema e repercussão midiática. A segunda escolha diz respeito às formas narrativas clássicas e vinculadas a gêneros cinematográficos facilmente reconhecíveis pelo público ocidental, como a comédia romântica e/ou familiar, as tramas de investigação e os dramas de tribunal, universos comuns no cinema e na televisão estadunidenses e bastante explorados no catálogo da Netflix. Por fim, a decisão pela ênfase em universos temáticos específicos, notadamente histórias vinculadas a mulheres africanas em situação de vulnerabilidade, aponta para um assunto que a plataforma gostaria de destacar e que, ao mesmo tempo, gera visibilidade pela relevância social nos mais diversos contextos.

Aqui, chego a uma proposta do que identifico ser o projeto global da Netflix sobre a Nigéria a partir de Nollywood. Para além de uma curadoria temática bastante específica, são relevantes também as estratégias em torno de questões linguísticas e narrativas as quais estão em operação quando observamos as escolhas dos três primeiros filmes nigerianos licenciados como originais. A “distinção africana” aparece no universo temático e sugere que esses filmes tratam de “questões da mulher africana”, enquanto em termos linguísticos e narrativos tais obras apresentam elementos comuns e facilmente reconhecíveis, ativando referências que não causam nenhum tipo de estranhamento ao “espectador global” – notadamente, o idioma inglês e a narrativa clássica e de gênero.

A seguir, discuto como se desdobra o projeto global da Netflix sobre o audiovisual africano, em função da sua associação com a Nigéria, a partir da análise dos três primeiros filmes nigerianos licenciados como originais pela empresa. Atento para como o universo temático curado pela Netflix representa uma demanda do serviço – e, em última instância, do

Ocidente – por conteúdos “essencialmente” ou “autenticamente” africanos, o modo como as questões linguísticas e narrativas trabalham como estratégias para esse mesmo fim e as repercussões desse projeto global da Netflix para o campo em emergência dos cinemas africanos, com a inserção da empresa no campo de produção audiovisual da Nigéria, movendo todas as peças de lugar.

5 AS DISPUTAS DO CAMPO REFLETIDAS NAS OBRAS: OS PRIMEIROS “ORIGINAIS NETFLIX” DA NIGÉRIA

Neste capítulo, amplio a análise do campo audiovisual nigeriano para um gesto de verificar, no âmbito das obras fílmicas, como essas disputas se materializam nos filmes que aqui consideramos chave para refletir sobre a entrada da Netflix em Nollywood. Após discutir sobre o lugar ocupado pela empresa no campo do poder (que afeta diretamente o campo em luta por autonomia do cinema africano) e depois de argumentar que a construção do seu projeto global está intrinsecamente vinculada à colonialidade do poder, empenho o esforço de verificar nos filmes como as disputas engendradas nesse complexo espaço social se refletem nas escolhas narrativas e estilísticas das obras. Aqui, minha intenção é observar como os filmes se adequam ao projeto global da Netflix *quando analisados em conjunto*, como uma coleção, e como, ao mesmo tempo, representam uma tentativa de negociação dos agentes criativos nigerianos com os interesses curatoriais e comerciais da Netflix, de modo a seguir lutando por autonomia criativa.

Escolhi falar dos três primeiros longas-metragens nigerianos adquiridos como originais pelo portal por representarem o movimento inicial de investimento da empresa na indústria nigeriana, revelando suas diretrizes e estratégias econômicas. Como dito anteriormente, os longas são: *Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*. Essas obras, quando reunidas aqui, são tomadas como o gesto curatorial da Netflix sobre os filmes da África, especificamente da Nigéria, revelando o seu projeto global sobre as narrativas africanas. Se a Netflix, como todas as outras plataformas, distingue-se justamente pelo seu gesto curatorial, considerá-lo é fundamental para compreender não só as estratégias da empresa sobre o cinema nigeriano, mas a própria ideia de África e de audiovisual africano mobilizada por ela a partir dessa coleção de filmes e em relação aos outros títulos originais associados à África do catálogo.

Meu intuito agora é localizar essas três obras nigerianas na indústria audiovisual do país e em seus contextos de lançamento até a chegada na Netflix, com especial atenção às trajetórias dos agentes cujas posições foram fundamentais para a produção, o lançamento e a difusão desses filmes, a fim de compreender com que profissionais, temas, idiomas e narrativas a plataforma busca se associar para que seu projeto global tenha êxito. Pierre Bourdieu (1996) chama atenção para a fundamental diferença entre *trajetória* e *biografia*, apontando para o fato de que a primeira se refere às sucessivas posições ocupadas pelos agentes dentro do campo, ou seja, em um caminho socialmente construído e diretamente relacionado a uma experiência coletiva, enquanto a segunda se concentra na posição individual do agente sem necessariamente

considerar as relações dentro do campo, como se o artista estivesse em suspenso no tempo e no espaço.

A questão da trajetória individual e coletiva também importa para o autor, que não ignora que em uma mesma classe em um espaço social possa haver trajetórias mais bem-sucedidas que outras. Bourdieu (2011, p. 105) defende que existe um “efeito de trajetória manifestado nesse momento, como em todos os casos em que os indivíduos ocupantes de posições semelhantes em determinado momento estão separados por diferenças associadas à evolução, no decorrer do tempo, do volume e da estrutura de seu capital, ou seja, por sua *trajetória individual*”, o que significa que, ao longo de suas carreiras, determinados agentes podem se sentir “inclinados a tomadas de posição divergentes [...] pelas relações diferentes com o mundo social, tributárias de trajetórias individuais divergentes e, por exemplo, segundo o grau de sucesso ou não obtido nas estratégias de reconversão necessárias para escapar ao declínio coletivo de sua classe” (p. 105).

Nesse sentido, o que me interessa observar aqui é como as diferentes tomadas de posição dos agentes criativos do campo do audiovisual nigeriano, em suas disputas por capitais específicos, apontam para lugares determinados dentro do campo social. Como destaca Bianchini (2018, p. 42), “Bourdieu entende a biografia construída dos agentes como uma forma de reconstituir a sequência das escolhas, das decisões e das posições ocupadas pelo agente no campo”. A análise deve, portanto, buscar essa reconstituição de modo a compreender as escolhas estéticas aplicadas às obras de arte em questão e, no caso desta pesquisa, como essas escolhas dialogam com os capitais específicos almejados pela Netflix.

Neste capítulo, observo com mais detalhes os contextos de aquisição dos três primeiros filmes nigerianos da Nova Nollywood lançados como “originais” pela plataforma. Considerando minha hipótese de que a Netflix se associa a filmes com temáticas e narrativas específicas, construindo uma curadoria de títulos que diz algo sobre que ideia de África é construída pelas estratégias da empresa, discuto os contextos de produção, lançamento e difusão dos longas *Lionheart*, *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*. Seguindo as indicações metodológicas de Bourdieu (1996, 2011), as análises reconstróem as trajetórias dos agentes envolvidos nesses lançamentos, suas posições no campo de produção audiovisual da Nigéria e a repercussão dessas obras no país, conduzindo-nos a um olhar mais apurado sobre a curadoria da Netflix sobre a cinematografia nigeriana, que representa a África no discurso da plataforma. Esse olhar se volta também para como as narrativas dos três filmes indicam uma preferência da Netflix por temas sociais relacionados às vulnerabilidades da mulher africana contemporânea, por narrativas clássicas e gêneros cinematográficos marcados (como drama, drama familiar e

filmes de investigação) e pela prevalência de filmes falados em inglês ou em inglês *pidgin* como um marcador de uma “nigerianidade”.

As análises apresentam também um panorama abrangente das relações entre Nova Nollywood e Netflix, uma vez que cada filme traz para discussão um agente ocupando diferentes funções e espaços na indústria. No caso de *Lionheart*, trata-se da veterana atriz Genevieve Nnaji, que aqui assume também a produção e, pela primeira vez, a direção. Em *Por Uma Vida Melhor*, a produtora Mo Abudu, uma das mais importantes empresárias da Nova Nollywood e responsável pela criação e produção de três dos cinco filmes com maior bilheteria da Nigéria, é a figura com quem a Netflix se associa em 2020 (ainda que eu também considere o diretor Kenneth Gyang na análise, por seu reconhecimento como um dos mais jovens e inventivos cineastas da indústria atualmente). Por fim, em *A Lição de Moremi*, o agente fundamental é o cineasta Kunle Afolayan, que desde os anos 2000 vem negociando uma ideia de cinema autoral dentro da indústria nigeriana. Afolayan é hoje o diretor nigeriano do qual a Netflix mais se aproximou para a produção de “originais”: sua primeira obra exclusiva comissionada pela Netflix, chamada *Difícil de Engolir (Swallow)*, foi lançada em 1º de outubro de 2021, e o segundo filme original de sua autoria chegou à plataforma logo depois, em 16 de dezembro do mesmo ano, com o lançamento de *Uma Esposa de Natal (A Naija Christmas)*. Além disso, uma terceira produção original de Afolayan comissionada pela Netflix, intitulada *Anikulapo*, tem lançamento previsto até o fim de 2022.

5.1 Genevieve Nnaji e as convenções da narrativa clássica: um olhar sobre *Lionheart*

Genevieve Nnaji é o maior nome do *star system* de Nollywood. É uma tarefa difícil compará-la a uma estrela de qualquer indústria de outro país, uma vez que Nollywood é tão específica e especial em suas lógicas. Nnaji seria como Sharon Stone ou Angelina Jolie nos Estados Unidos, ou mesmo como Isabelle Adjani ou Isabelle Huppert na França. Atuante na indústria audiovisual nigeriana há pelo menos vinte anos, Nnaji sempre esteve presente em Nollywood e representa hoje um ícone da sua história. Em um cenário onde os homens desde o princípio ocupam posições de decisão, ela construiu uma trajetória na qual se afirmou como atriz, produtora e diretora, sendo reconhecida como o próprio rosto de Nollywood. Em qualquer contexto de qualquer aspecto da indústria, é impossível não mencionar o seu nome. Em 2018, Nnaji estava no centro de um marco na indústria nigeriana, que viria a alterar sua paisagem em definitivo: o primeiro filme dirigido por ela, *Lionheart* (Figura 8), foi adquirido como “original Netflix” na ocasião de sua estreia no Toronto International Film Festival (TIFF).

Figura 8 – Genevieve Nnaji em *Lionheart*.



Fonte: Tinubu (2019).

Não é de se estranhar que o primeiro investimento oficial e direto da Netflix na África tenha sido na Nigéria, como já comentei, e com um filme estrelado, produzido e dirigido por Genevieve Nnaji. Tendo passado quase completamente ilesa pelas grandes mudanças de Nollywood ao longo das décadas, a atriz fez a transição da velha para a Nova Nollywood com sagacidade, sabendo se manter na indústria atuando em diversas produções, o que tornou seu rosto conhecido em todo o continente africano. Seu primeiro trabalho em Nollywood foi no filme *Most Wanted*, em 1998, e bastaram quatro anos para que se estabelecesse como o maior nome do *star system* nollywoodiano, quando estrelou a produção *Sharon Stone* (2002).

Um dos seus grandes obstáculos foi fazer frente aos *marketers* no momento em que ainda controlavam a indústria nos setores de produção e distribuição, sendo os responsáveis por ditar quem fazia sucesso e quem era excluído baseados unicamente no critério de quem lhes dava acesso a mais benefícios econômicos. Eram eles, portanto, que escolhiam os elencos e toda a equipe das produções e, mais importante, tabelavam os valores dos cachês de cada setor. Genevieve Nnaji fazia parte de um grupo de atores e atrizes dos mais requisitados em Nollywood, de modo que os seus valores no mercado aumentaram muito, o que ocasionou uma revolta dos *marketers*, que se recusaram a pagar o montante de um milhão de nairas por filme (aproximadamente 14 mil reais), que consideravam fora da realidade da indústria naquele momento. Nnaji e alguns colegas, incluindo Jim Iyke, Omotola Jalade-Ekeinde e Ramsey Nouah, foram boicotados pelos *marketers*, que passaram a se recusar a contratá-los e a produzir e/ou distribuir filmes nos quais eles apareciam.

Quando a Nova Nollywood começou a tomar forma, em meados dos anos 2000, Genevieve Nnaji já estava no auge e pronta para dar os próximos passos em sua carreira internacional, tomando o boicote como um elemento de distinção e até mesmo de poder na indústria. Ela não pediu desculpas por cobrar cachês mais altos e passou a ser cada vez mais criteriosa com as produções com as quais se envolvia. Dois títulos foram cruciais para posicioná-la no centro da Nova Nollywood: o melodrama *Tango With Me*, dirigido por Mahmood Ali-Balogun, e o “drama de tribunal” *A Jornada de Chioma*, de Chineze Anyaene, ambos lançados em 2010 e reportados como triunfos de bilheteria nos cinemas nigerianos, que acabavam de reabrir suas portas. O primeiro conta a história de um casal que sofre um trauma na noite de núpcias, e o segundo acompanha a investigação de um crime que envolve o relacionamento de duas irmãs, uma que vive na Nigéria e outra, nos Estados Unidos. Ter Genevieve Nnaji como protagonista e como o rosto estampado nos cartazes desses filmes foi, sem dúvida, garantia de sucesso comercial na Nigéria e ao mesmo tempo tornou sua presença nas telas conhecida e desejada também fora do país e da África. Em 2013, ela fez parte do elenco da coprodução Nigéria/Estados Unidos *Doctor Bello*, dirigida por Tony Abulu, que contava também com nomes importantes do *star system* de ambos os países, onde teve distribuição nas salas de cinema.

Foi em 2015 que Genevieve Nnaji fez sua estreia como produtora em Nollywood com o filme *A Estrada Nunca Percorrida*, dirigido por Ishaya Bako. Foi um passo importante em sua carreira, especialmente considerando que entre 2010 e 2015 a atriz recusou diversos papéis a ela oferecidos, uma atitude mais reservada no que se referia à sua imagem pública no país. Para quem costumava aparecer em cerca de dez filmes por ano, a transição para a Nova Nollywood representou também esse movimento de abandono dos *video films*, além de um investimento em papéis que, mesmo pequenos, representavam um valor simbólico importante no contexto do novo cinema nigeriano, como foi o caso do longa *Meio Sol Amarelo* (*Half of a Yellow Sun*), grande produção dirigida pelo nigeriano Biyi Bandele sobre a Guerra do Biafra lançado em 2013 e baseado no livro homônimo da escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie. Nesse período, Nnaji também apareceu nos filmes *The Mirror Boy* (2011), de Obi Emelonye, e *Weekend Getaway* (2012), de Desmond Elliot – cineastas nigerianos em diáspora que, assim como Tony Abulu, viram na maior estrela de Nollywood a mais eficiente forma de se conectar com a indústria nigeriana a partir de coproduções transnacionais.

Avançar para o posto de produção parecia ser o seu próximo passo mais intuitivo, que lhe permitiria autonomia para fazer os filmes que quisesse, com a equipe que desejasse e construir a sua própria paisagem de produção e distribuição dentro e fora da Nigéria, confiada

pura e simplesmente em seu prestígio adquirido em duas décadas de Nollywood. Nnaji estava, portanto, inserida e alinhada aos objetivos dos outros agentes da Nova Nollywood, que desejavam se afastar das lógicas da velha Nollywood e investir em um cinema com mais qualidade técnica e apelo a públicos internacionais fora da África.

A estreia de *A Estrada Nunca Percorrida* nas salas de cinema nigerianas rendeu menos do que se esperava, considerando seu primeiro investimento como produtora e a ousadia que isso representava naquele momento, além do fato de ela estrelar o drama focado em um relacionamento em crise e com um final surpreendente. O crítico nigeriano Wilfred Okiche (2019) comenta que o filme rendeu apenas 30 milhões de nairas (cerca de 410 mil reais), “com a maior parte vindo apenas da força do nome dela. *A Estrada Nunca Percorrida* pode não ter obtido os recordes de bilheteria que Nollywood adora brandir, mas é difícil pensar em qualquer outra estrela trabalhando atualmente que conseguiria ter levado o mesmo filme a alcançar tais números” (OKICHE, 2019, online, tradução nossa¹¹⁴). Isso significa que as décadas de trabalho na indústria, as escolhas estratégicas de parcerias e a experiência com os mais diversos cenários de produção fizeram com que Genevieve Nnaji se estabelecesse profissionalmente e pudesse atuar em qualquer posição que desejasse em Nollywood.

Em meio a tudo isso, Nnaji capitalizou em cima da exposição no exterior, da boa cobertura na imprensa e do cultivo de uma boa vontade conquistada ao longo dos anos para preservar sua posição como estrela de cinema favorita. Conforme os anos se passaram e a indústria mudou, novas estrelas foram cunhadas, campeões de bilheteria foram cultivados, mas Nnaji manteve sua posição de liderança. Quando a Netflix a chamou, ela estava pronta. (OKICHE, 2019, online, tradução nossa¹¹⁵).

A Netflix já havia adquirido para o seu catálogo o filme *A Estrada Nunca Percorrida*, indicando que o nome de Genevieve Nnaji já era mobilizado entre os agentes nigerianos parceiros da empresa – certamente Ben Amadasun, chefe de aquisições de filmes africanos para o catálogo do portal. Por sua trajetória como grande estrela da velha e, especialmente, da Nova Nollywood, Nnaji representava o rosto mais interessante economicamente para a Netflix, uma vez que ela já havia provado ser, ao longo de duas décadas, um fenômeno comercial mesmo em circunstâncias adversas. Os públicos nigeriano e africano em geral a reconhecem como uma estrela, anseiam por suas novas aparições e nunca deixaram de ser entusiastas de cada novo

¹¹⁴ Original: “most of it coming in on the strength of her name alone. *Road to Yesterday* may not have created the box office records that Nollywood loves to brandish, but it is hard to think of any other star working today who could have guided the same film to such numbers”.

¹¹⁵ Original: “All through this, Nnaji capitalized on foreign exposure, decent press and a cultivation of goodwill earned along the years to retain her position as the premiere movie star. As the years went by and the industry changed, new stars were minted, box office champions were cultivated, but Nnaji retained her leadership position. When Netflix came calling, she was ready”.

passo em sua carreira – até mesmo quando, em 2004, Nnaji enveredou pela carreira musical lançando um disco, *One Logologo Line*, como resposta ao boicote que sofreu em Nollywood. A Netflix precisava, portanto, de um tiro certo como o primeiro investimento da plataforma no audiovisual africano, e foi assim que Genevieve Nnaji se tornou protagonista de Nollywood mais uma vez.

Antes de 2018, a Netflix já tinha colocado dezenas de filmes nigerianos no seu acervo. Sem fazer muito alarde com relação a isso, com nenhuma ação de *marketing* investida para atrair audiências para esses títulos, é provável que a plataforma estivesse fazendo um teste: será mesmo que os filmes de Nollywood atraem público – ou seja, novos assinantes? Porém, foi nesse ano que a relação entre Netflix e Nollywood tomou novos rumos. No Toronto International Film Festival (TIFF), aconteceu a estreia do longa-metragem *Lionheart*, primeira vez que a atriz e produtora Genevieve Nnaji assumiu a direção de um filme. Na noite da primeira exibição no festival, a diretora e sua equipe anunciaram que a Netflix havia comprado os direitos do longa e que ele se tornaria, portanto, o primeiro “original Netflix” da Nigéria (LIONHEART CAST..., 2018, online, 6min1s), o que significa que estaria disponível globalmente na plataforma em contrato exclusivo de distribuição. Com um investimento maior em *marketing*, contando inclusive com *trailer* legendado em vários idiomas, a Netflix fez de *Lionheart* o marco do seu interesse em investir no cinema nigeriano como entrada no audiovisual do continente.

Foi esse marco que possibilitou a contratação de agentes no país que ajudassem na tarefa de colocar mais filmes nigerianos no acervo, uma vez que a Netflix percebeu duas coisas: 1) Nollywood tem um público não só nigeriano residente na Nigéria, mas de nigerianos espalhados pelo mundo, o que poderia significar uma abertura de mercado para a empresa no mundo inteiro a partir da Nigéria; e 2) o interesse em conteúdos africanos cresce a cada ano, especialmente no contexto das diásporas negras em todo o mundo. Em termos práticos, o serviço viu aí formas eficazes de conseguir mais assinantes ao apostar em um nicho bastante específico, gesto que já faz parte das suas estratégias em diversos mercados no mundo. O investimento em conteúdos locais que podem ser interessantes para outras regiões não hegemônicas descentraliza um pouco a noção do *one way flow* (JENNER, 2018) que poderia caracterizar o debate, uma vez que a Netflix se coloca como uma espécie de intermediária entre África e comunidades de interesse em conteúdos africanos de outras partes do mundo, sem necessariamente passar pelos Estados Unidos. Nesse contexto, a figura de Genevieve Nnaji era a que melhor poderia garantir o sucesso de todas essas apostas.

Lionheart, portanto, não foi um fenômeno marcante por ter sido lançado em um grande festival como o de Toronto – até porque o TIFF, especialmente, já estava selecionando e programando filmes da Nova Nollywood há alguns anos¹¹⁶ –, mas por ter sido a primeira produção da Nova Nollywood licenciada pela Netflix sob o selo “original”, o que significou uma mudança importante no contexto dos cinemas africanos. Contratos milionários e a garantia de exibição no mundo inteiro na mais popular plataforma de *streaming*, hoje com mais de 200 milhões de assinantes, passaram a ser cobiçados pelos realizadores e produtores africanos, especialmente aqueles já acostumados a meios alternativos de exibição, que passam longe das salas de cinema. Os 3,8 milhões de dólares recebidos pelos direitos exclusivos de exibição de *Lionheart* impressionaram os agentes do audiovisual nigeriano (ABRAHAM, 2019). Ifeanyi Great Abraham (2019) aponta, no entanto, que os valores que a Netflix investe na Nigéria são muito menores do que em outros mercados pelos mesmos tipos de contrato – controvérsia que tomou grandes proporções nos anos seguintes¹¹⁷. A Nova Nollywood, porém, cujas lógicas internas de produção e difusão também estão em disputa com as lógicas e os agentes de Nollywood, encontrou na Netflix um espaço de negociação possível entre as suas demandas por ocupar posições de maior prestígio e a manutenção de sua natureza comercial e massiva. Ocupar a Netflix, portanto, parecia a solução para os dilemas econômicos e de natureza simbólica da Nova Nollywood.

Lionheart é um filme que mistura os gêneros drama e comédia familiar, dirigido por Genevieve Nnaji e produzido por ela e Chinny Onwugbenu, sua sócia na produtora TEN (The Entertainment Network) Africa, com quem também trabalhou em *A Estrada Nunca Percorrida*. *Lionheart* foi produzido em associação com a MPM Premium, agência francesa responsável pelas vendas do filme em festivais internacionais. O longa contou com um número grande de roteiristas: além de Genevieve Nnaji e Chinny Onwugbenu, também C.J. Obasi, Ishaya Bako e Emil Garuba. O elenco do filme é formado por Genevieve Nnaji, Nkem Owoh, Pete Edochie, Onyeka Onwenu e Kanayo O. Kanayo, e o longa teve sua estreia mundial no Toronto International Film Festival no dia 7 de setembro de 2018 e na Netflix em 4 de janeiro de 2019.

Nnaji interpreta Adaeze, uma executiva da empresa de ônibus de seu pai, Chief Ernest Obiagu (Pete Edochie), chamada *Lionheart*. Ao longo dos anos, Adaeze provou sua grande habilidade para lucrar e administrar as situações mais difíceis da companhia, mas quando o pai

¹¹⁶ *Green White Green* e *Casamento às Avessas*, por exemplo, estrearam no Festival de Toronto em 2016 e 2017, respectivamente.

¹¹⁷ Em entrevista a Wilfred Okiche, ao ser questionado sobre os valores que a Netflix investe em aquisições de filmes nigerianos, Ben Amadasun respondeu que os números praticados são compatíveis com os mercados locais (OKICHE, 2020).

adoece, ela e seu rival Samuel Akah (Kalu Ikeagwu) são preteridos em favor do tio excêntrico de Adaeze, Godswill (Nkem Owoh). Determinada a lutar para provar seu valor e sua competência para substituir o pai na gerência do negócio, mas sem querer contrariá-lo, Adaeze se vê diante de um dilema quando ela e Godswill descobrem que a Lionheart está à beira da falência. Essa improvável dupla deve então se unir para salvar a empresa e o nome de sua família, além de libertá-la da ganância do concorrente Igwe Pascal (Kanayo O. Kanayo). A sinopse oficial da Netflix diz: “Seu pai adoeceu. Agora, Adaeze tem de dividir a direção dos negócios da família com seu tio e provar seu valor em um mundo dominado por homens” (LIONHEART, 2018, online).

Entre estrear no TIFF e entrar na Netflix, *Lionheart* teve uma exibição especial no dia 4 de dezembro de 2018 no Festival International du Film de Marrakech (Marrocos), um dos mais importantes festivais de filmes africanos na África, além de ter sido exibido nas salas de cinema nigerianas em dezembro do mesmo ano. Esse lançamento em salas comerciais foi estratégico para habilitar *Lionheart* para uma vaga entre os indicados a melhor filme internacional no Oscar 2020, uma vez que o Nigerian Oscar Selection Committee escolheu o longa-metragem para representar a Nigéria na disputa. Na ocasião, o comitê era formado por agentes como Chineze Anyaene, produtora e diretora de *A Jornada de Chioma*, e Mahmood Ali-Balogun, diretor de *Tango With Me* e do Audio Visual Rights Society (AVRS) da Nigéria. Outros nomes incluíam Bruce Ayonote, sócio-diretor do Legend Box Office; o cineasta e empresário Mildred Okwo; o jornalista e crítico de cinema Shaibu Hussein; o cineasta e escritor Charles Novia; os premiados realizadores C.J. Obasi e Abba T. Makama; e o ator Ramsey Nouah. A lista contou ainda com o cineasta e diretor de fotografia Adetokunbo Odubawo, a produtora audiovisual Ngozi Okafor e a diretora do Africa International Film Festival (AFRIFF) Chioma Ude.

Todos esses nomes representam não só importantes agentes da cadeia de produção audiovisual da Nigéria, como muitos deles têm relação direta com Genevieve Nnaji por meio de trabalhos anteriores. Mais do que insinuar que poderia haver conflitos de interesse no processo de seleção da obra, tal evidência mostra a imensa penetração de Nnaji na indústria, por um lado, e por outro a influência que a compra do filme pela Netflix pode ter tido sobre a escolha. A indicação de *Lionheart* para representar a Nigéria no Oscar sinalizou uma controvérsia por diversas razões: houve quem contestasse a não escolha de outros filmes da Nova Nollywood lançados em 2018 e que eram supostamente “melhores” e mais bem-sucedidos que o de Nnaji, como *King of Boys* e *Papai Poderoso*, por exemplo. Ambos os filmes não só estream nos cinemas nigerianos naquele ano como figuram entre os lançamentos de

maior bilheteria da Nigéria¹¹⁸: *King of Boys* em 6º lugar com 244,775,758 ingressos vendidos, e *Papai Poderoso* em 4º lugar com 387,540,749. *Lionheart* está na posição 87 na mesma lista com somente 21,319,102 – um número, no entanto, relativamente alto considerando o pouco tempo em que esteve em cartaz.

A controvérsia maior surgiu quando o Oscar aceitou a submissão de *Lionheart*, mas logo depois voltou atrás, alegando que o filme era majoritariamente falado em inglês, logo não atendia aos critérios da competição. A desqualificação do longa causou comoção e revolta na Nigéria e em vários países afrodiáspóricos, que trouxeram à tona o debate sobre as línguas coloniais impostas aos países africanos¹¹⁹. A polêmica em torno do inglês como idioma majoritário em *Lionheart* aponta algumas questões. Como comentei em capítulo anterior, a língua inglesa, tanto na velha como na Nova Nollywood, representa uma escolha consciente e estratégica por parte dos realizadores (produtores e diretores) para fins de internacionalização. É interessante perceber que, no caso de Nollywood, essa internacionalização passou pela abrangência da distribuição dos *home videos* para outros países africanos de língua oficial inglesa, como Gana, Quênia, África do Sul, Ruanda e Uganda. Nesse caso, o inglês permitiu o acesso aos filmes pelos públicos de tais países, sem que precisassem de dublagem ou legendagem – o que acabou acontecendo em países de língua oficial francesa. A busca pela internacionalização, portanto, sempre foi atravessada pela língua falada nos filmes, e Nollywood soube negociar entre as produções voltadas para nichos étnicos, notadamente o ibo e o iorubá, de modo a produzir filmes tanto nas línguas nativas como na “língua global”.

Já a Nova Nollywood teve desde o início como meta a utilização do inglês como língua oficial das suas produções. Não somente isso, mas era importante que os elencos em cena forjassem um inglês com o mínimo de acento nigeriano e o mais próximo possível de um inglês “neutro”, estadunidense ou britânico. Se porventura houvesse algum personagem que falasse um inglês mais “sujo”, ou mesmo o inglês *pidgin*, essa característica em geral era explorada como uma caricatura ou estratégia de riso para o público. Também é comum nos filmes da Nova Nollywood um uso eventual de algumas frases em línguas nativas proferidas por personagens em estado de euforia, em uma discussão acalorada, ou ainda em cenas de mães gritando com seus filhos (muito habituais), funcionando mais como interjeições do que como diálogos completos e estruturados – muitas vezes dispensando legendagem em outras línguas, como

¹¹⁸ Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_highest-grossing_Nigerian_films. Acesso em: 20 mar. 2021.

¹¹⁹ Importante notar que tanto *Papai Poderoso* como *King of Boys* teriam sido rejeitados pela mesma razão, mas desconho que a repercussão negativa não teria sido tão grande, uma vez que a aquisição de *Lionheart* pela Netflix foi assunto em todo o mundo, enquanto os outros dois filmes só eram importantes localmente.

vemos em vários dos filmes nigerianos no catálogo da Netflix. Nessas cenas, onde o que está sendo falado importa pouco na compreensão da ação dentro da trama, o uso das línguas nativas aparece quase como uma decoração, um lembrete de que se trata de um filme nigeriano, mesmo que falado em um inglês tão “limpo”. De fato, são esses pequenos momentos os que melhor marcam a distinção entre as narrativas da Nova Nollywood e aquelas de qualquer filme comercial, industrial e de narrativa clássica – como os de Hollywood. Porém, no mínimo 90% das falas da maioria dos filmes são em inglês, especialmente aquelas fundamentais para a compreensão da história.

Lionheart não foge à regra: somente cerca de dez dos seus 94 minutos são falados em ibo, o que imediatamente o desqualifica para a competição de melhor filme internacional do Oscar. A despeito das regras da Academia de Cinema, a rejeição do longa de Nnaji levantou uma questão importante: sendo a Nigéria um país cujo inglês é a língua oficial imposta pelo colonialismo britânico, ele nunca poderá produzir filmes nesta língua para que possa ser reconhecido internacionalmente como uma nação produtora de obras dignas de tal premiação? A grande controvérsia, ou mesmo paradoxo, está no fato de a escolha pelo idioma inglês ser reivindicada como uma estratégia de internacionalização de Nollywood e, simultaneamente, o mesmo aspecto que impede que seus filmes façam parte da mais prestigiosa premiação de cinema no mundo. Ao mesmo tempo, essa estratégia continua a funcionar em espaços como a Netflix, cuja aposta recai sobre aqueles filmes da Nova Nollywood falados em um inglês “neutro”, reconhecível para seus públicos globais.

A reivindicação da própria Genevieve Nnaji pelo direito de usar o inglês e ainda assim ter seu filme considerado como internacional pelo Oscar (AL-QASIM, 2019) mostra-se, portanto, pertinente, ainda mais quando pensamos na Netflix, para quem a *diferença nigeriana* representada pelo idioma ibo não é o elemento mais destacado da sua produção. Nnaji chamou atenção para o fato de que o inglês é a língua que funciona como ponte entre os mais de 500 idiomas falados na Nigéria e que “não escolhemos quem nos colonizou”, afirmando que o filme, mesmo que falado em inglês, é “orgulhosamente nigeriano” (AL-QASIM, 2019, online, tradução nossa¹²⁰). Existe, portanto, um descompasso entre a reivindicação da língua inglesa como uma língua nigeriana e a afirmação de uma nigerianidade que não seria marcada apenas pelos idiomas usados nos filmes de Nollywood. Mesmo que o Oscar não tenha acolhido *Lionheart* como um exemplar possível de um filme “internacional”, a Netflix, por sua vez, teve

¹²⁰ Originais: “We did not choose who colonized us”; “is proudly Nigerian”.

como uma de suas diretrizes sobre o continente africano e especialmente a Nigéria o fato de haver produções faladas em inglês.

Mas não somente isso: *Lionheart*, como vimos, é uma história focada em uma mulher que busca provar o seu valor em um ambiente comandado por homens, enredo que pode ser uma alusão à própria trajetória de Genevieve Nnaji em Nollywood. Além disso, o longa é um típico filme de gênero que mistura o drama familiar com elementos da comédia, gêneros dos mais comuns entre as produções da Nova Nollywood. Com uma narrativa linear, *Lionheart* constrói sua trama de forma clara e direta, oferecendo ao espectador todo o percurso para a compreensão da história, sem ambiguidades. Logo nos minutos iniciais, já identificamos a construção de Adaeze como protagonista: uma mulher competente, conciliadora, segura de si e capaz de resolver sozinha e com habilidade um conflito gerado por trabalhadores da empresa de transportes da sua família, a *Lionheart*. A sequência inicial também apresenta o principal antagonista de Adaeze, o seu colega Samuel Akah, não deixando dúvidas sobre o confronto que vai se estabelecer entre eles. Em menos de dez minutos, o espectador já tem todas as informações necessárias sobre a trama: o pai de Adaeze passa mal, todos esperam que ela assuma o lugar do patriarca enquanto ele está ausente, mas o rival tenta puxar o seu tapete. Quando o pai da protagonista não age conforme ela esperava, o tio dela entra na trama e representa o grande entrave para que Adaeze prove o seu valor na empresa.

A familiaridade que temos com esse tipo de estrutura narrativa é pensada aqui a partir das contribuições teóricas de David Bordwell (1985) e de Bordwell e Kristin Thompson (2013) sobre as chamadas narrativas clássicas. O estudioso estadunidense, referência na pesquisa sobre a linguagem fílmica, defende em quase todas as suas obras que, no universo do filme de ficção, um tipo específico de narrativa foi o mais predominante: aquele dos filmes de estúdio de Hollywood entre os anos de 1920 e 1960. “Quer o chamemos de cinema *mainstream*, dominante ou clássico, nós intuitivamente reconhecemos um filme comum e facilmente compreensível quando o assistimos” (BORDWELL, 1985, p. 156, tradução nossa¹²¹), uma vez que as opções narrativas e estilísticas desses filmes criaram convenções ao longo do tempo e, não menos importante, foram as obras que tiveram mais penetração em todas as partes do mundo desde o seu nascimento – monopólio que permanece até hoje.

Esse método hollywoodiano de produção em larga escala (BORDWELL, THOMPSON, 2013) surge do cinema de estúdio, com todo seu aparato técnico e excelentes condições de produção, mas também onde as tomadas de decisão raramente estavam na mão dos diretores.

¹²¹ Original: “Whether we call it mainstream, dominant, or classical cinema, we intuitively recognize an ordinary, easily comprehensible movie when we see it”.

Mesmo que hoje em dia os estúdios não sejam mais tão fundamentais para a produção de filmes nos Estados Unidos, “as fases detalhadas de produção permanecem semelhantes ao que eram no auge da produção em estúdio” (BORDWELL, THOMPSON, 2013, p. 70), e as formas de se contar histórias em Hollywood ainda são consideradas referências para realizadores de todos os lugares do mundo. Bordwell (1985) descreve de modo objetivo o que seria um filme de narrativa clássica, ou o que ele considera como narrativa canônica:

O cinema clássico de Hollywood apresenta indivíduos psicologicamente definidos que lutam para resolver um problema bem definido ou para atingir objetivos específicos. No percurso dessa luta, os personagens entram em conflito com os outros ou com circunstâncias externas. A história termina com uma vitória ou uma derrota decisiva, uma resolução do problema e uma clara conquista ou não conquista dos objetivos. [...] A trama consiste em um sábio imperturbado, a perturbação, a luta e a eliminação da perturbação. (BORDWELL, 1985, p. 157, tradução nossa¹²²).

De uma forma geral, os filmes de narrativa clássica apresentam personagens com motivações e objetivos muito evidentes, respeitando sempre as convenções do gênero, outro ponto importante na canonização de tipos específicos de narrativas, evitando qualquer tipo de ambiguidade, estranhamento e/ou finais abertos sem explicações claras e diretas. Outra característica importante é que os filmes de narrativa clássica geralmente escondem a consciência do processo narrativo (a importância do que está fora de campo, a “mão criativa” do diretor, a manipulação complexa do tempo e do espaço), sendo criados procedimentos de apagamento ou de atenuação a tal ponto que o espectador não perceba tais recursos em ação, tendo a impressão de que a história se conta por si só.

Outro ponto importante nesta discussão é pensar os gêneros cinematográficos, cujas definições estão intimamente ligadas aos filmes de Hollywood. Rick Altman (2000), em seu livro dedicado a pensar o conceito de gênero aplicado ao cinema, defende que os gêneros são construídos dentro da lógica industrial do cinema para públicos massivos, que, por sua vez, reconhecem os gêneros definidos por determinados filmes produzidos em determinadas circunstâncias. Para o autor, existe uma espécie de pacto entre o espectador e a narrativa, de modo que a crença nas convenções do gênero é a própria condição para que ele exista. Altman reitera ainda a ideia de uma repetição de estratégias narrativas que passam a ser facilmente reconhecidas pelas audiências, as quais não parecem se incomodar com a natureza repetitiva e

¹²² Original: “The classical Hollywood film presents psychologically defined individuals who struggle to solve a clear-cut problem or to attain specific goals. In the course of this struggle, the characters enter into conflict with others or with external circumstances. The story ends with a decisive victory or defeat, a resolution of the problem and a clear achievement or nonachievement of the goals. [...] The plot consists of an undisturbed sage, the disturbance, the struggle, and the elimination of the disturbance”.

previsível dos filmes de gênero, uma vez que a catarse está justamente em acompanhar o desenrolar dos acontecimentos, mesmo sabendo que tudo se encaixa e se explica no final. Nesse sentido, é absolutamente pertinente que a Netflix, ao mobilizar audiências globais, recorra ao que é facilmente reconhecível para públicos massivos, especialmente quando tem de lidar com cinematografias desconhecidas do grande público, como é o caso dos cinemas africanos. As ideias de narrativa clássica e de convenções de gênero fazem sentido quando olhamos para os três filmes nigerianos analisados aqui, especialmente para *Lionheart*.

O começo, o meio e o fim do enredo de *Lionheart* são bem marcados, evitando ambiguidades e surpresas, e toda a narrativa constrói pistas sobre como se resolverá o conflito que orienta a trama. O longa pode ser definido como um “drama familiar”, mas com muitos elementos da comédia, como personagens com comportamentos excêntricos, trilha musical que cria climas de descontração e *gags* em cenas que poderiam ser interpretadas como grandes dramas ou complexos conflitos, além de inúmeras sequências de situações cômicas ou constrangedoras protagonizadas pelos personagens secundários. Outro elemento importante são as frequentes coincidências que permeiam a história, dando pistas ao espectador sobre como os conflitos se resolverão e indicando o tempo do seu desenlace – evitando a sensação de que o filme “não acaba nunca”, típico de obras cujas narrativas fogem de convenções. Ao final da história, Adaeze e seu tio se unem, têm muita sorte depois de uma série de golpes, desbancam seus rivais e salvam a empresa, e a protagonista finalmente recebe o reconhecimento que merece e assume a direção dos negócios da família. De forma geral, *Lionheart* é um filme cuja narrativa é familiar, não havendo absolutamente nenhum traço de estranhamento que o afaste de públicos acostumados a comédias românticas e dramas familiares produzidos nos Estados Unidos, tampouco em função de idiomas desconhecidos ou por um inglês carregado de sotaque.

No contexto de curadoria da Netflix, portanto, a narrativa clássica e falada em inglês é uma garantia de que *Lionheart* seja bem-recebido pelos públicos globais do portal, mas sem perder a sua tinta local, sua “africanidade” ou “nigerianidade”, que se apresentam pelas paisagens e ambientação da trama, pelos poucos momentos em que o idioma ibo aparece – inclusive em cenas cômicas de diálogo entre um personagem ibo e outro iorubá –, mas especialmente pelo seu universo temático. O longa de Genevieve Nnaji é um filme sobre uma mulher nigeriana que precisa se impor diante de uma sociedade profundamente machista, um tema sempre pertinente e que ressoa com mulheres de todo o mundo. O que devemos notar com mais ênfase aqui é que, pensado de forma isolada, *Lionheart* é somente uma boa produção da Nova Nollywood e uma estreia notável de Nnaji na direção, mas, se pensado no nível da coleção de filmes da Netflix, reforça a ideia de que os filmes africanos/nigerianos necessariamente

tratam de questões sociais em torno das vulnerabilidades das mulheres a partir de narrativas de gênero inspiradas em Hollywood. Nas minhas observações a seguir sobre *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*, fica evidente a insistência da Netflix sobre esses aspectos, não sem alguma complexidade em cada caso, mas reforçando a hipótese de que a plataforma constrói uma ideia de África em função de uma curadoria de histórias sobre vulnerabilidades sociais, resiliência e superação.

5.2 Mo Abudu e as grandes produções da Nova Nollywood: um olhar sobre *Por Uma Vida Melhor*

Com a aquisição de *Por Uma Vida Melhor*, novos aspectos se somam ao conjunto de estratégias da Netflix a partir do cinema nigeriano e à primeira experiência advinda de *Lionheart*. Tal marco representa uma aproximação com agentes da indústria televisiva da Nigéria em um momento particular de mudanças nesse cenário, apostando em produtos *premium* que reúnem larga experiência no mercado, *star system* e imenso capital simbólico das equipes vinculadas.

Em 12 de junho de 2020, a Netflix anunciou uma parceria com Mo Abudu, uma das maiores produtoras de conteúdo audiovisual na Nigéria, sócia da gigante do entretenimento no país, a EbonyLife Media, um conglomerado que se desdobra nas empresas: EbonyLife TV (canal de televisão), EbonyLife Films (produtora de filmes) e EbonyLife Studios (estúdio de gravação para projetos audiovisuais). A marca ainda possui o EbonyLife Creative Academy, que oferece cursos de curta duração gratuitos, facilitados por especialistas da indústria em todos os aspectos da produção de filmes e de conteúdo de mídia, tanto para aspirantes quanto para especialistas que procuram expandir ou aprimorar seu conjunto de habilidades. A EbonyLife Media já produziu mais de cinco mil horas de programação para a televisão em conteúdos originais e exclusivos, incluindo uma das séries de maior prestígio no país, *Castle & Castle*, cuja primeira temporada estreou em 2018 e a segunda foi adquirida como original pela Netflix, onde estreou em 15 de setembro de 2021.

Mo Abudu entrou na televisão formalmente em 2006 com o *talk show Moments with Mo*, sua primeira proposta depois de voltar à Nigéria após muitos anos vivendo no Reino Unido. Foi só em 2013 que fundou em seu país natal o primeiro braço da EbonyLife Media, o canal EbonyLife TV, que se apresenta como a primeira rede global negra de entretenimento e estilo de vida da África (EBONYLIFE TV, 2015). Ainda em 2013, seu caráter panafricano foi facilitado pelo acordo com a rede de televisão africana multinacional Multichoice, garantindo que a EbonyLife TV se expandisse para 49 países africanos através do Digital Satellite

Television (DStv). A empresa começou sua atuação, portanto, nas regiões africanas onde a língua oficial é o inglês e oferece conteúdos como *talk shows*, programas de entretenimento em geral, *reality shows*, comédias, dramas, programas de estilo de vida e jornalísticos. Em 2019, o canal passou a ser veiculado também via operadora de TV a cabo chinesa StarTimes, atuante em 30 países do continente e com cerca de dez milhões de assinantes, mas atualmente está disponível apenas no seu serviço de *streaming*. Desde o seu lançamento, a EbonyLife TV estabeleceu diversas parcerias de distribuição internacional ao redor do mundo: com a Talk Talk TV no Reino Unido e a Ethnic Channels Group no Canadá, além de estar, em 2022, em negociações com a Virgin Media (Reino Unido) e a Dish Network (Estados Unidos). A marca teve a sua própria plataforma de *streaming*, a EbonyLife ON, por um curto período de tempo, disponível para audiências africanas e para Europa, Estados Unidos, Canadá, Ásia e Oriente Médio em julho de 2020, mas descontinuada em novembro do mesmo ano (AKANBI, 2020), momento no qual também anunciou o rompimento com a DStv e a decisão de não mais trabalhar com televisão linear (PETERS, 2020). No seu site oficial, o canal declara:

Com a paisagem em constante mudança da indústria de conteúdo, a EbonyLife Media não mais trabalha com uma emissora de TV linear. Ao invés disso, nossa abordagem é trabalhar e realizar parcerias com as maiores plataformas de *streaming* e os maiores estúdios de produção do mundo. As histórias criadas, idealizadas e produzidas pela EbonyLife Studios e seus parceiros globais ficarão entre as melhores do mundo. (EBONYLIFE TV, c2022, online, tradução nossa¹²³).

Com sua marca já estabilizada e todo o prestígio adquirido em cerca de cinco anos, Mo Abudu passou a ser cada vez mais cobiçada pelos serviços de televisão dos Estados Unidos. A Netflix só abordou a EbonyLife dois anos depois que a Sony Pictures Television, em março de 2018, anunciou a coprodução com a empresa nigeriana para o desenvolvimento de três projetos de séries originais (incluindo uma que se passa no século XIX com um elenco majoritariamente feminino, inspirada nas Amazonas de Daomé¹²⁴) a serem distribuídas pela própria Sony

¹²³ Original: “With the ever-changing landscape of the content industry, EbonyLife Media no longer runs a linear TV network. Instead, our approach is to work and partner with the largest streaming platforms and production studios in the world. The stories created, conceptualised and produced by EbonyLife Studios and its global partners will sit amongst the best in the world”.

¹²⁴ A publicação no site *Deadline* oferece mais detalhes sobre a produção: “As guerreiras, também conhecidas como Amazonas de Daomé, são consideradas a única unidade militar de linha de frente totalmente feminina na história moderna, uma força de combate de mulheres com mosquetes e facões temida em toda a África ocidental por mais de 200 anos, desde o século XVII. Começando como uma pequena equipe para derrubar elefantes e caçar enquanto seus maridos estavam na guerra, elas eventualmente se tornaram uma unidade pessoal de guarda-costas para reis locais” (WHITE, 2018, online, tradução nossa). Original: “The warriors, also known as the Dahomey Amazons, are thought to be the only all-female front-line military unit in modern history, a combat force of musket-slinging, machete-wielding women feared across Western Africa for over 200 years from the 17th century. Starting out as a small team to bring down elephants and hunt while their husbands were at war, they eventually became a personal bodyguard unit to local kings”.

(WHITE, 2018). No mesmo ano, a empresa patrocinou a produção da adaptação do *reality show* *The Dating Game* para a Nigéria, capitaneada pela EbonyLife TV. A Sony permanece ligada a Mo Abudu, tendo anunciado mais duas parcerias: a primeira é um contrato de dois anos de exclusividade, assinado em fevereiro de 2021 (RAMACHANDRAN, 2021), que garante o “*first look*” dos projetos da EbonyLife em seus estágios de criação e desenvolvimento – ou seja, a Sony comprou o direito de ver em primeira mão todos os novos projetos da EbonyLife, o que demonstra seu interesse em continuar trabalhando com a empresa nigeriana e, ao mesmo tempo, evitar movimentos da concorrência. A segunda colaboração foi anunciada em setembro de 2021, o projeto *ÀLÓ*, voltado para roteiristas africanos que buscam ter seus projetos desenvolvidos pela Sony em coprodução com a EbonyLife (SONY PICTURES, 2021).

Outra parceria com os Estados Unidos que veio antes daquela com a Netflix foi anunciada em janeiro de 2020, quando a EbonyLife Studios assinou um contrato de coprodução com a AMC Networks para desenvolver a série *Nigeria 2099*, um *thriller* futurista ambientado em Lagos, escrito por Ahmadu Garba e produzido por Mo Abudu e sua parceira Heidi Uys (PORTER, 2020). Foi somente em junho de 2020 que a Netflix formalizou seu relacionamento com a EbonyLife, tanto no segmento de televisão como no de cinema. A ocasião marcou a empresa nigeriana como a primeira da África a assinar um contrato de vários projetos de séries e filmes africanos com a plataforma. Oito meses depois (e somente duas semanas após o contrato de exclusividade com a Sony), a Westbrook Studios, produtora audiovisual de Jada Pinkett Smith e Will Smith, anunciou uma parceria com a EbonyLife para o desenvolvimento e a produção de filmes e séries relacionados ao universo africano e da diáspora. Uma dessas séries se chama *Dada Safaris*, e os projetos de dois filmes também foram divulgados: *The Gods* e *Are We Getting Married?* (BAMIDELE, 2021). Esse conjunto de contratos e parcerias firmadas entre a EbonyLife e diversas empresas de entretenimento estadunidenses mostra como o nome de Mo Abudu se tornou referência no que diz respeito à internacionalização de conteúdos audiovisuais africanos em nível global. Em todos os anúncios oficiais de tais parcerias, os sócios das empresas parceiras ressaltam a competência de Abudu e a qualidade de suas produções, apontando-a como a “*best-in-class*” de Nollywood atualmente.

O acordo feito com a Netflix anunciou o desenvolvimento de filmes e séries originais nigerianos para os próximos anos, com investimento especial em produções adaptadas da literatura do país. Como mencionei na introdução, entre os projetos anunciados estão uma série baseada no romance *The Secret Lives of Baba Segi's Wives* (2010) e a adaptação cinematográfica de *Death and the King's Horseman* (1975). Essa ação é, na verdade, uma ampliação da relação entre Netflix e EbonyLife, uma vez que todos os sete filmes produzidos

pela empresa (em seu segmento EbonyLife Films) foram adquiridos pela plataforma e estão (ou estiveram por um determinado período) nela disponíveis: *Cinquentonas*¹²⁵, *Casamento às Avessas*, *Casamento às Avessas 2*, *The Royal Hibiscus Hotel*, *Papai Poderoso* e *Your Excellency*¹²⁶, sendo o último deles uma produção de 2019, *Por Uma Vida Melhor*, dirigido pelo renomado realizador nigeriano Kenneth Gyang e adquirido como original Netflix.

Mo Abudu chegou à Netflix, portanto, como o nome à frente das produções fílmicas que mais geraram receita nas salas de cinema nigerianas, hoje o mais importante marcador do sucesso de um filme da Nova Nollywood, certamente um marcador que a Netflix considera em seu processo curatorial. Não só isso: Abudu acumula, como vimos, anos de experiência em parcerias e coproduções internacionais, especialmente com Hollywood, transitando de forma estratégica pelo cinema estadunidense como representante da grandeza e do profissionalismo da indústria nigeriana. A empresária já foi mencionada em uma lista da *Forbes* como “Mulher Africana mais Bem-Sucedida” (NSEHE, 2015), na revista estadunidense *Business Insider* como uma das 100 empresárias mais visionárias (YARBOROUGH, 2016) e no *The Hollywood Reporter* como uma das 25 mulheres mais poderosas da televisão global (ROXBOROUGH, 2017) (Figura 9).

Figura 9 – Mo Abudu.



Fonte: Roxborough (2017).

¹²⁵ À época de finalização desta tese, também fazia parte do catálogo brasileiro da Netflix a segunda temporada de *Fifty: A Série* (2017-), com 12 episódios de cerca de 25 minutos de duração cada. A obra foi criada por Alby James e Debo Oluwatuminu e é uma produção da EbonyLife.

¹²⁶ No momento de conclusão desta tese, em junho de 2022, os filmes *Casamento às Avessas 1 e 2* não estavam mais disponíveis no catálogo brasileiro.

Produção de 2019, *Por Uma Vida Melhor* não estreou nos cinemas nigerianos como previsto em 2020 por conta da pandemia da Covid-19. O longa teve uma única exibição em festival, no prestigioso Jornadas Cinematográficas de Cartago, na Tunísia, em outubro de 2019, e estreou mundialmente como original Netflix no dia 2 de outubro de 2020. Esse é o sexto longa-metragem produzido pela EbonyLife Films. Com um catálogo de poucos, mas relevantes títulos em termos de repercussão nas bilheteiras da Nigéria, a empresa também se estabeleceu como uma produtora que assina criações de orçamentos robustos e com um *casting* que inclui os maiores nomes do *star system* de Nollywood, como Omoni Oboli, Funke Akindele, Akin Lewis, Deyemi Okanlawon, Kate Henshaw, Jide Kosoko, Adesua Etomi-Wellington, Iretiola Doyle, Blossom Chukwujekwu e Kemi Lala Akindoju, para mencionar os mais famosos e recorrentes nos elencos dessas obras. Sua equipe de roteiristas, diretores e diretores de fotografia constantemente se repete entre uma produção e outra, o que ajuda a empresa a conferir certa identidade dentro da Nova Nollywood. Mo Abudu tem seu nome nos créditos de todas as produções como roteirista e/ou criadora da história, e as equipes de roteiro costumam ter pelo menos cinco pessoas envolvidas com o desenvolvimento da trama.

Isso leva a outra relevante característica da EbonyLife Films: o investimento em histórias fortemente ligadas ao universo da classe alta nigeriana, com tramas que se concentram geralmente em casos de famílias muito ricas, mulheres em posições de poder, homens em cargos políticos importantes, e todos envolvidos com muito, muito dinheiro – certamente em sintonia com as demandas dos distribuidores em salas de cinema, bem como do público que começava a se formar a partir dessa nova cultura de se ver filmes nigerianos em grandes telas. Todos esses filmes, lançados até então, são do gênero comédia, com variações como comédia dramática (dramédia) e comédia romântica. Outro dado importante é que todos eles estão entre os filmes mais vistos nas salas de cinema da Nigéria de todos os tempos, a maioria ocupando as primeiras posições: *Casamento às Avessas* em 2º lugar, *Casamento às Avessas 2* em 3º, *Papai Poderoso* em 4º, *Your Excellency* em 9º, *Cinquentonas* em 25º e *The Royal Hibiscus Hotel* em 39º¹²⁷.

Por Uma Vida Melhor é, em muitos aspectos, uma exceção (ou uma mudança de paradigma) nas produções da EbonyLife Films. O longa acompanha a jornalista investigativa que dá nome ao filme em sua incumbência de se infiltrar no mundo da prostituição na Nigéria, na intenção de denunciar o tráfico de mulheres que acontece no país. Òlòtūrè (Sharon Ooja) trabalha para o jornal *The Scoop*, e sua missão é supervisionada pelo chefe Emeka (Blossom

¹²⁷ Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_highest-grossing_Nigerian_films. Acesso em: 20 mar. 2021.

Chukwujekwu), que tenta mantê-la por perto e por vezes persuadi-la a desistir. À medida que Òlòtūrè se aproxima das pessoas-chave que controlam o tráfico de mulheres nigerianas para prostituição na Itália, sua situação como jornalista infiltrada fica cada vez mais ameaçada, e ela só pode contar com Emeka para levar adiante a missão. O longa conduz os espectadores para o submundo da prostituição, alternando a trajetória da protagonista com as breves tramas da vida cotidiana de mulheres prostitutas que sonham em ir para a Europa. Uma delas é Linda (Omowunmi Dada), que envia dinheiro constantemente para a mãe e a irmã, que vivem em uma cidade remota no interior da Nigéria. Outra é Blessing (Kemi Lala Akindoju), abandonada à própria sorte por conta do seu vínculo com um cafetão violento e abusador e que também sonha em poder sair da Nigéria e ir para a Europa.

No centro dessas histórias está Alero (Omoni Oboli), a “madame” cujo trabalho é recrutar mulheres em situação de vulnerabilidade para vendê-las como prostitutas na Itália. Òlòtūrè estabelece uma relação de confiança com cada uma, mesmo que a personagem seja construída como uma mulher frágil e muitas vezes amedrontada, totalmente diferente do que se poderia esperar de uma protagonista de filmes como este: mulheres fortes, determinadas e destemidas. Òlòtūrè chega ao ponto de pagar Alero para ir à Itália, na esperança de que, com a ajuda de Emeka, a polícia prenda toda a quadrilha em flagrante. Após uma série de violências sofridas por ela e suas amigas, o filme termina de forma trágica e aberta: a polícia não chega a tempo, Òlòtūrè não consegue escapar, e o ônibus que leva as mulheres para seus destinos infelizes segue viagem através da fronteira entre a Nigéria e a República do Benim, amparado por uma rede de corrupção que envolve políticos, polícia, pessoas da alta sociedade e funcionários da alfândega. O final aberto e sem uma recompensa de ordem emocional, aliado às escolhas na trama e na direção de fotografia, fazem de *Por Uma Vida Melhor* um filme especial no contexto de atuação criativa da EbonyLife Films, bem como no cenário de estratégias curatoriais da Netflix.

Em um primeiro momento, dou atenção a algumas categorias da ficha técnica de *Por Uma Vida Melhor*. A concepção da história é assinada por Mo Abudu, Temidayo Abudu, Craig Freimond, Yinka Ogun e Heidi Uys, e o roteiro é fruto de um trabalho coletivo assinado pelos últimos três. Mo Abudu, como toda grande produtora de *blockbusters*, está sempre envolvida no processo de concepção da história, e sua filha Temidayo tem sido sua parceira tanto nessa tarefa como na de produção: fez parte da equipe de *Papai Poderoso*, *The Royal Hibiscus Hotel* e da série *Castle & Castle*. Yinka Ogun trabalha com a EbonyLife desde 2017, fazendo parte da equipe de roteiristas que escreveu *The Royal Hibiscus Hotel* e *Your Excellency*. Heidi Uys também é uma importante parceira da empresa, atuando tanto no roteiro como na produção de

The Royal Hibiscus Hotel e *Your Excellency*, assumindo a função de roteirista em *Papai Poderoso* e de produtora na série *Castle & Castle*, e seu nome se encontra vinculado a vários dos projetos em desenvolvimento da EbonyLife. Já Craig Freimond é um parceiro mais recente: roteirista e diretor sul-africano, participou da equipe de roteiristas de *Castle & Castle*, e *Por Uma Vida Melhor* é sua segunda colaboração com a produtora de Mo Abudu. Freimond é um importante nome do cinema sul-africano nas funções de roteirista e diretor, e seu filme mais importante foi adquirido pela Netflix: *Cassim, O Comediante* (*Material*, 2012). Essa aliança entre Nigéria e África do Sul é bastante comum entre as duas indústrias.

Quem assume a direção é Kenneth Gyang, em sua terceira colaboração com a EbonyLife – antes, havia trabalhado como diretor de alguns episódios de *Castle & Castle* e na renomada série *Filhos do Califa* (*Sons of the Caliphate*, 2016-2018), também uma produção de Mo Abudu. Gyang é um jovem diretor nigeriano, com formação em cinema no National Film Institute da Nigéria e uma especialização em roteiro na IMAGINE, projeto capitaneado pelo respeitado cineasta burkinabé Gaston Kaboré, em Burkina Faso. Depois de trabalhar como assistente de direção e diretor no BBC World Service Trust em 2006, ele dirigiu alguns curtas e projetos independentes até lançar o primeiro longa-metragem, que colocou seu nome na história do cinema nigeriano: *Confusion Na Wa*. O filme constrói quatro núcleos de personagens que se conectam por pequenas coincidências infelizes, construindo uma trama cheia de críticas à sociedade nigeriana, como a corrupção, a violência religiosa e o excesso de moralismos. Com duas figuras importantes do *star system* nollywoodiano nos principais papéis (Ramsey Nouah e O.C. Ukeje), *Confusion Na Wa* foi considerado um filme inovador no então cenário de cinema da Nigéria, não só pelo seu roteiro, que toca de forma ousada em assuntos delicados no país, mas também pelo final provocativo, que não entrega tudo de forma explicada e resolvida ao espectador. Terminar um filme de forma aberta ou sem a resolução esperada é quase um pecado em Nollywood, e os realizadores que ousam fazê-lo são imediatamente considerados cineastas autorais – o que, em alguns contextos nacionais, é um demérito. *Confusion Na Wa* abriu o New York African Film Festival em 2014, o maior festival de cinemas africanos dos Estados Unidos, e ganhou os mais importantes prêmios do Africa Movie Academy Awards: melhor filme e melhor filme nigeriano.

Kenneth Gyang faz parte de uma nova geração de cineastas nigerianos que veem o cinema mais como arte do que puramente entretenimento. Em entrevista ao programa nigeriano de televisão Entertainment News (KENNETH GYANG..., 2021), o diretor fala sobre as origens do cinema africano e nigeriano com a propriedade de quem teve uma educação formal sobre o assunto, mencionando inclusive as diferenças fundamentais entre o cinema da Nigéria e o dos

países de língua oficial francesa (assunto que tratei no capítulo 3 desta tese). Tal repertório é um elemento de distinção de Gyang em Nollywood, deixando claro que está preocupado em fazer filmes relevantes cinematograficamente e que estejam vinculados a questões sociais, críticas de situações complexas e controversas em seu país. Suas vontades criativas, além de sua experiência adquirida em grandes empresas produtoras e seu reconhecimento e visibilidade como cineasta autoral, colocaram-no em uma posição de destaque na indústria audiovisual da Nigéria. A associação com Mo Abudu pavimentou o caminho que o levou à direção de *Por Uma Vida Melhor* em 2019, logo depois de ter lançado seu segundo longa-metragem, uma coprodução entre a Nigéria e a Noruega sobre uma mulher nigeriana que vai para a Noruega estudar cinema, *Em Um Café Qualquer (The Lost Café, 2018)*¹²⁸. Tanto neste como em *Confusion Na Wa*, é possível notar o trabalho de direção muito distante dos padrões de Nollywood, além de ambos terem em seus diálogos referências a grande diretores do cinema africano de língua oficial francesa, como Ousmane Sembène (Senegal) e Jean-Pierre Bekolo (Camarões) – sendo a referência a este bastante sutil e destinada a conhecedores profundos das cinematografias da África, em *Confusion Na Wa*.

Toda essa trajetória de um cinema autoral e comprometido com questões sociais foi fundamental para compor a direção de *Por Uma Vida Melhor* e torná-lo um filme especial, tanto em seu próprio contexto de produção e lançamento como na ocasião da sua aquisição como original Netflix. A parceria entre Mo Abudu e Kenneth Gyang culminou em uma obra com estilo, narrativa e universo temático totalmente novos no escopo de projetos da EbonyLife, reforçou o lugar de autoria para o diretor no audiovisual nigeriano (e não somente para a figura do produtor) e ao mesmo tempo negociou as diretrizes curatoriais da Netflix com o cinema do país. Como qualquer um dos outros títulos da EbonyLife Films, *Por Uma Vida Melhor* poderia ter sido licenciado com um contrato regular, mas foi escolhido como original Netflix, o segundo maior investimento do portal na Nova Nollywood. A questão autoral, que discuto mais a fundo na análise de *A Lição de Moremi*, surge como um aspecto importante no âmbito das estratégias curatoriais da Netflix.

Em toda a história de produções da EbonyLife Films, nunca houve um filme marcado como gênero drama e que tratasse de questões pertinentes à sociedade nigeriana – com exceção talvez de *Your Excellency*, comédia que ensaia uma crítica ao sistema político corrupto da

¹²⁸ Até a finalização desta tese, *Em Um Café Qualquer* estava disponível na Netflix Brasil. *Confusion Na Wa* estava disponível somente na África e nos Estados Unidos. As aquisições apontam para um interesse da Netflix pelo trabalho do diretor, para além de sua associação com Mo Abudu. O mesmo tem acontecido com o cineasta nigeriano Izu Ojukwo, porém ainda com mais intensidade, cujos filmes *1976: Entre o Amor e a Revolução* e *Amina* (2021) foram ambos adquiridos como originais Netflix em 2021.

Nigéria usando recursos de sátira e ironia. A ideia para o roteiro de *Por Uma Vida Melhor* foi concebida a partir de uma série de reportagens publicadas no jornal nigeriano *Premium Times*¹²⁹, de caráter investigativo, assinadas pela jornalista Tobore Ovuorie em janeiro de 2014, que na época teve muita repercussão no país, inclusive com alguns duvidando de sua veracidade (EGBUNIKE, 2014). A abordagem tradicional das produções da EbonyLife Films não cabia à relevância do tema em nível global, de modo que ter o nome de Kenneth Gyang vinculado à direção do longa foi um gesto estratégico para a produtora, em busca de garantir credibilidade e prestígio.

O resultado foi um filme com um estilo marcadamente diferente não só das produções usuais de Mo Abudu, mas da Nova Nollywood de uma forma geral: *Por Uma Vida Melhor* tem uma fotografia muito mais escura, um trabalho de câmera raramente visto na Nova Nollywood, e cerca de 90% dos diálogos são falados em inglês *pidgin*, sem o menor esforço de investir no típico inglês “neutro” das produções antes mencionadas. Além disso, o filme é quase totalmente ambientado nas ruas e nos espaços hostis habitados pelas prostitutas, sendo poucas as sequências em ambientes típicos da Nova Nollywood, como escritórios sofisticados e casas de pessoas ricas – quando esses ambientes aparecem, são sempre no contexto de pessoas de caráter duvidoso, como políticos, policiais e os próprios traficantes de pessoas. Diferentemente dos outros filmes da EbonyLife, a riqueza aqui não é vista como um mérito ou uma condição recorrente na sociedade nigeriana. Pela primeira vez, uma produção de Mo Abudu se envolve com o universo de vulnerabilidades sociais do país e faz críticas incisivas à corrupção na Nigéria. Naturalmente, essa mudança de abordagem pedia uma mudança no roteiro e na direção, fazendo de *Por Uma Vida Melhor* um marco no portfólio da empresa.

O filme começa com um longo plano-sequência¹³⁰, que, diferentemente de *Lionheart*, por exemplo, não nos deixa imediatamente a par de quem é a protagonista e qual é o conflito imposto àquelas personagens. Um plano-sequência de aproximadamente quatro minutos é um recurso quase nunca utilizado na Nova Nollywood e, quando eventualmente aparece, não tem nenhum valor expressivo. No caso de *Por Uma Vida Melhor*, o diretor o utiliza logo no início para apresentar o universo daquelas mulheres prostitutas na noite de Lagos, antes de individualizar seus dramas para o espectador. A ação começa com a própria Òlòtūrè e se desloca

¹²⁹ A referência sobre a inspiração para a história consta nos créditos finais do filme em forma de agradecimento (POR UMA..., 2019, 1h42min45s). A série de reportagens está disponível em Ovuorie (2014). A repórter atualmente acusa Mo Abudu e a EbonyLife Films de ter usado seus relatos para compor o roteiro do filme sem sua autorização; a denúncia foi publicada em formato de entrevista para o *Pulse Nigeria* (‘OLOTURE’ IS MY LIFE..., 2021). Abudu respondeu às acusações em seu perfil no Instagram (ABUDU, 2021).

¹³⁰ Disponível em: <https://vimeo.com/645789683>. Trecho selecionado da obra para fins de pesquisa; imagens são de propriedade da Netflix. Acesso em: 7 jun. 2022.

para as outras prostitutas, todas mostradas com o mesmo valor diante da câmera, expressivas em suas formas de se comunicar e em interações com as pessoas e os ambientes, de modo a nos ajudar a compreender as dinâmicas daqueles espaços: primeiro a rua, depois um bar e depois o caminho para um quarto no mesmo estabelecimento, onde acontecem os programas. Ainda no mesmo plano, a câmera volta para Òlòtūrè e seu muito aparente desespero ao ser escolhida por um homem, que paga para levá-la a um dos quartos. A sequência termina (já com outros planos) quando a garota foge pela janela do quarto, visivelmente assustada, e é quando finalmente entendemos que ela é a protagonista, apesar de ainda não sabermos nada sobre ela. Essa forma de iniciar uma narrativa, com um longo plano-sequência e sem definir imediatamente protagonistas, antagonistas e conflito, já marca uma qualidade de distinção da obra no contexto da Nova Nollywood.

Só depois de quinze minutos de filme, quando vemos Òlòtūrè na companhia de suas colegas no dia seguinte, submetida às obrigações com sua “madame” e manifestando secretamente a uma das amigas sua vontade de ir à Europa, é que descobrimos que ela é, na verdade, uma jornalista infiltrada que está produzindo uma série de reportagens sobre o tráfico de mulheres na Nigéria. Ou seja, é somente depois de quinze minutos de filme que sabemos qual o é conflito que move a narrativa e finalmente entendemos o porquê de Òlòtūrè fugir dos clientes e estar sempre acuada e assustada em ambientes onde as outras parecem estar mais habituadas. Ainda assim, chegamos ao fim do filme sem saber nada sobre Òlòtūrè: sua vida fora do disfarce como prostituta simplesmente não aparece na história, tampouco suas motivações para embarcar em uma empreitada tão perigosa. O protagonismo parece ser a própria denúncia da vida daquelas mulheres, pois é nelas que o diretor foca toda vez que Òlòtūrè sai do destaque. Se um típico filme de investigação nos mostraria a jornalista colhendo dados, mexendo em arquivos, trabalhando com seu chefe e escrevendo a história (o que normalmente renderia uma narração em voz *over*), aqui nada disso é usado como recurso para construção da personagem ou da trama.

Por Uma Vida Melhor explora os longos planos-sequência durante toda a narrativa, revelando a trajetória de Òlòtūrè como infiltrada como o eixo central que orienta toda a história. A partir de então, o drama desvenda os bastidores do mercado de mulheres e as vivências pessoais de algumas delas (que incluem abusos de todas as ordens, medo e violência), construindo uma tensão em torno da sobrevivência de Òlòtūrè quando ela decide se juntar a um grupo de mulheres que pagaram a Alero para ir para a Itália: será que ela vai conseguir mobilizar o jornal onde trabalha e a polícia nigeriana para salvar a si mesma e àquelas mulheres antes que atravessem a fronteira com a República do Benim? Para a surpresa (ou decepção) de muitos,

Òlòtūrè não consegue escapar, apesar de tentar, a polícia não chega a tempo, seu chefe (que se declara para ela em um momento de tensão, abrindo de forma bem tímida um arco romântico que não se desenvolve, mas que está sempre ali) não consegue lhe ajudar, e o ônibus com todas aquelas mulheres, incluindo Òlòtūrè, atravessa a fronteira e segue viagem – este é o último plano do filme. Finais que não resolvem os conflitos da narrativa e, mais grave, não oferecem um conforto emocional ao espectador após testemunhar tantas situações de violência não só não são comuns em Nollywood (tanto na velha como na nova), mas também indesejáveis¹³¹. Estamos falando, claro, do espectador médio nigeriano, acostumado às produções da Nova Nollywood, especialmente as da EbonyLife Films, que até a ocasião do lançamento de *Por Uma Vida Melhor* somente ofereciam ao público filmes coloridos, felizes e com mensagens reconfortantes, no universo da comédia. Para públicos cinéfilos em todo o mundo, esse tipo de final costuma ser bem-recebido.

Isso fica evidente não só nas histórias contadas, mas também nas cores, na trilha musical e nas atuações. Para melhor visualizar essas mudanças, selecionei um *frame* de cada um dos longas da EbonyLife Films, representativo em termos de cores, espaços e ambiências (Figuras 10 e 11). Não pretendo aqui fazer uma análise exaustiva do estilo de *Por Uma Vida Melhor*, de modo que esse breve exercício comparativo com as outras obras produzidas por Mo Abudu ajuda a destacar os aspectos e elementos expressivos mais pujantes e como se eles diferenciam do longa de Kenneth Gyang (Figura 12).

¹³¹ Parece-nos ilustrar bem essa percepção os comentários de dois jornalistas nigerianos em um programa da Plus TV sobre como o final de *Por Uma Vida Melhor* deixa o filme “sem sentido”, ao mesmo tempo em que demandam que haja uma continuação para que se saiba como a jornalista conseguiu escapar, referindo-se ao fato de a jornalista que inspirou a história ter sido resgatada. Interessante também observar a demanda por uma “parte 2”, algo bastante comum, como vimos, na indústria audiovisual nigeriana (ÒLÓTŪRÉ DIRECTOR..., 2020).

Figura 10 – Montagem a partir de capturas de tela dos filmes *Cinquentonas*, *Casamento às Avessas* e *Casamento às Avessas 2*, respectivamente.



Fonte: capturas de tela dos filmes, elaboração nossa (2022).

Figura 11 – Montagem a partir de capturas de tela dos filmes *The Royal Hibiscus Hotel*, *Papai Poderoso* e *Your Excellency*, respectivamente.



Fonte: capturas de tela dos filmes, elaboração nossa (2022).

Figura 12 – Montagem a partir de capturas de tela do filme *Por Uma Vida Melhor*.



Fonte: capturas de tela dos filmes, elaboração nossa (2022).

Outra grande mudança marcada no longa-metragem é o inglês *pidgin* falado por quase todos os personagens, mesmo os mais ricos (e opressores). Como comentei anteriormente, o inglês “neutro” representa o marcador de internacionalização de Nollywood, de modo que assumir o *pidgin* como um idioma principal em um filme de uma produtora que sempre o evitou é notável. O *pidgin* em geral é utilizado nos filmes nigerianos em contextos de pobreza e/ou de juventude, e essa característica faz sentido no caso de *Por Uma Vida Melhor*. O inglês “neutro” é o idioma dos ricos, não das ruas da periferia de Lagos e dos ambientes frequentados por cafetões e prostitutas. O *pidgin* é um idioma estrangeiro, local, e, para entendê-lo fora do seu ambiente, é preciso, como qualquer outra língua estrangeira, traduzi-lo para o inglês britânico ou estadunidense e criar legendas, uma vez que ele é do domínio dos nigerianos (e de outros países da África ocidental), que misturam seus idiomas originais com o inglês e criam um terceiro idioma próprio. Colocar seus personagens para falar em *pidgin* marca uma espécie de ousadia da EbonyLife Films, uma vez que “obriga” os falantes de inglês a ler legendas, ousadia que se soma a todas as outras relacionadas à narrativa e ao estilo do filme dirigido por Gyang. Por outro lado, o uso do *pidgin* no contexto da Netflix acaba por reforçar estereótipos que conectam o idioma com um perfil social nigeriano específico, conferindo ao filme uma “nigerianidade” que já havia sido construída não só com *Lionheart*, mas com todos os outros filmes da Nova Nollywood licenciados pelo portal até então.

Não podemos esquecer, no entanto, que Mo Abudu é provavelmente a produtora nigeriana hoje com mais experiência nos mercados de internacionalização, especialmente na indústria audiovisual estadunidense. Isso significa que ela tem conhecimento das demandas desse público com relação às “histórias africanas” e sabe negociar os marcadores locais e globais de forma estratégica. Com *Por Uma Vida Melhor*, Abudu dá mais um passo ao investir em uma história de apelo global, baseada em fatos reais locais, enaltecendo os aspectos nigerianos desse universo. O inglês *pidgin* é, sem dúvida, um dos marcadores dessa nigerianidade, que em filmes anteriores era mais marcada, por exemplo, pelos figurinos e pelas atuações hiperbólicas e caricaturais – uma característica bem comum dos filmes de Nollywood (tanto da nova como da velha), uma forma divertida de representar os nigerianos na tela e um dos elementos que mais garantem o sucesso de Nollywood entre seus públicos cativos. Mo Abudu negocia com sua fiel audiência local ao trazer para o novo filme seu elenco cheio de estrelas, todos rostos bastante conhecidos e que aqui aparecem em papéis ligeiramente diferentes daqueles com os quais tanto os atores como o público estão acostumados: no lugar de mulheres ricas e bem-sucedidas e homens sedutores e malandros, vemos mulheres em situação de vulnerabilidade e homens violentos e abusadores.

Ao se associar ao cinema autoral, à visibilidade e ao prestígio de Kenneth Gyang, ao elenco *premium* e a uma temática de interesse global, Mo Abudu faz de *Por Uma Vida Melhor* um divisor importante na trajetória da EbonyLife Films. Que a Netflix o tenha escolhido como original está, portanto, em conformidade com as suas diretrizes curatoriais. A plataforma parece reconhecer a distinção do filme, em termos estéticos, estilísticos e narrativos, sem negligenciar o universo temático que interessa à empresa.

Para a Netflix, também importa o trabalho autoral de Kenneth Gyang e a ousadia de seu estilo diante da coleção de filmes nigerianos que o portal já adquiriu em caráter regular – e concluo isso pelo fato de o portal ter licenciado os seus dois outros filmes. A verdade é que Gyang não é o primeiro cineasta aspirante a um trabalho autoral e a um cinema de arte que passa pela Netflix, tampouco é o único desse universo no cinema nigeriano. O que faz de *Por Uma Vida Melhor* interessante para o portal a ponto de comprar os direitos exclusivos de sua distribuição online é a reunião de aspectos que desenvolvi nesta análise: a experiência de Mo Abudu no mercado internacional, a proposta autoral de Kenneth Gyang e o universo temático de apelo global. Este, argumento aqui, corresponde a um dos aspectos mais marcantes da linha curatorial da Netflix: o que parece lhe interessar, em última instância, é adquirir filmes cujas histórias sejam relevantes do ponto de vista social e em particular com relação à vida das mulheres africanas contemporâneas.

Reconheço que Mo Abudu, cujos filmes jamais retrataram mulheres em situação de vulnerabilidade (muito pelo contrário), negocia essa demanda ocidental com o lançamento de *Por Uma Vida Melhor*, mas sem abandonar totalmente os atrativos para seu público nigeriano. A Netflix, por sua vez, vê no longa-metragem uma continuidade de sua linha curatorial de originais nigerianos iniciada com *Lionheart*, também uma história em torno de uma mulher em situação de vulnerabilidade e que precisa enfrentar o machismo da sociedade nigeriana no ambiente familiar e de trabalho. Com *A Lição de Moremi*, que analiso a seguir, destaco que muitos dos elementos que aparecem na análise de *Por Uma Vida Melhor* (cinema autoral, prestígio do diretor e temas com apelo global vinculados às mulheres africanas) são identificados mais uma vez, além das narrativas minimamente reconhecíveis pelas audiências globais.

5.3 Kunle Afolayan e um cinema autoral na Nigéria: um olhar sobre *A Lição de Moremi*

Em 2009, houve o lançamento do longa-metragem *Sete Anos de Sorte*, dirigido pelo realizador nigeriano Kunle Afolayan, título que representou um marco importante na história do cinema da Nigéria. Diferentemente da imensa maioria das produções realizadas no país até

então (com baixos orçamentos, condições precárias de desenvolvimento e tempo recorde de produção), *Sete Anos de Sorte* passou por um longo processo desde a concepção até o lançamento. Kunle Afolayan veio de um filme de estreia muito bem-sucedido, *Irapada* (2006), vencedor do Africa Movie Academy Award¹³² de melhor filme em um idioma africano e celebrado nos cinemas nigerianos e estrangeiros (fora tanto da Nigéria como do continente), e seu segundo longa o posicionou definitivamente entre os mais importantes realizadores do país naquele momento. Suas distinções são marcadas não só pelas condições de desenvolvimento e produção das obras, mas também pelo tratamento dos temas dos seus filmes. No final dos anos 2000, Afolayan (Figura 13) era o rosto e a promessa de sucesso da Nova Nollywood (HAYNES, 2014a), e seus filmes representavam o marco de novas disputas em torno do cinema nigeriano.

Figura 13 – Kunle Afolayan.



Fonte: página sobre o ator no site *Adoro Cinema* (KUNLE AFOLAYAN, 2021).

Sete Anos de Sorte conta a história de um triângulo amoroso formado por Mona, Sola e Femi. Mona é o objeto do desejo de Sola e Femi, e o primeiro, com perfil de malandro e mulherengo, consegue conquistar a moça, a despeito do “bom partido” que Femi representa. Recém-formados em arqueologia, os três colegas vão a uma missão de treinamento, e Sola e Femi se deparam com a estátua de Ararorime, uma divindade iorubá cuja lenda afirma que quem a encontra tem sete anos de sorte e logo depois sete anos de azar. O longa gira em torno,

¹³² O Africa Movie Academy Awards (AMAA) é a mais importante premiação de cinema no continente e desde 2005 premia talentos da indústria cinematográfica africana. Seu foco é a indústria massiva e de entretenimento, ainda que filmes autorais de realizadores africanos também ocupem esse espaço e, constantemente, recebam premiações em diversas categorias.

portanto, dessa “maldição” sobre o triângulo amoroso, que vê suas vidas se transformarem abruptamente para o bem e para o mal ao longo e a partir desses sete anos. O elemento “mágico” ou “sobrenatural” é uma das características mais comuns nos filmes de Nollywood, mas o final aberto que deixa para o espectador decidir o que de fato aconteceu em toda a trama é quase revolucionário para uma tradição narrativa que costuma construir seus personagens de forma plana e sempre os coloca diante de dilemas morais que se resolvem sem ambiguidades no final.

Com *Sete Anos de Sorte*, Afolayan desafia os vários limites da indústria cinematográfica da Nigéria ao investir em uma produção de muita qualidade, com uma equipe gigantesca e um orçamento muito além do que comumente ocorre no país. O longa foi financiado por empresas privadas nigerianas, por um empréstimo bancário e por economias do próprio diretor (HAYNES, 2014a), que apostou em uma nova forma de se fazer filmes na Nigéria, os quais pudessem negociar com audiências locais e internacionais, convocando temas e gêneros em geral vinculados à Nollywood, mas com uma direção e uma qualidade de produção que pudessem levá-los a outros espaços de consagração fora do continente. *Sete Dias de Sorte* estreou na seleção oficial do Festival Internacional de Cinema de Rotterdam, em fevereiro de 2009, e circulou por importantes festivais dedicados aos cinemas africanos, como o New York African Film Festival, o Pan-African Film Festival, em Los Angeles, e o FESPACO, em Burkina Faso, considerado o maior festival de cinemas africanos da África.

Após fazer toda a turnê por festivais internacionais de prestígio tanto na Europa como nos Estados Unidos e no próprio continente africano, Afolayan estreou seu filme em salas comerciais da Nigéria e logo depois preparou um lançamento em DVD com uma quantidade generosa de conteúdos extras. Desde então, o realizador (que também é ator e produtor) já lançou sete longas-metragens, de estilos, gêneros e orçamentos os mais diversos, mostrando versatilidade em todos os níveis da cadeia de produção audiovisual, vinculando-se com o “cinema internacional” ao mesmo tempo em que não se afasta do universo nigeriano em temas e estéticas. Hoje, Kunle Afolayan é um nome consagrado no cinema nigeriano e africano, e todos os seus filmes, com exceção de *Irapada*, estão disponíveis no catálogo global da Netflix¹³³. Em 9 de março de 2021, a plataforma anunciou a contratação de três filmes originais dirigidos por Afolayan (PRICE, 2021) e no mesmo dia publicou no canal AfricaOnNetflix no YouTube uma entrevista com o diretor, conduzida por Ben Amadasun, onde conversam sobre

¹³³ No dia 31 de agosto de 2021, todos os filmes, com exceção de *Diamonds in the Sky* (2019), saíram do catálogo, ao mesmo tempo em que foi anunciado o lançamento do primeiro longa-metragem original Netflix dirigido por Afolayan: *Difícil de Engolir*, para o dia 1º de outubro de 2021. Algumas semanas depois dessa estreia, todos os filmes do diretor voltaram ao catálogo global e permanecem até o momento da escrita desta tese.

os novos passos da parceria entre Afolayan e Netflix para produção de filmes originais do serviço (MORE NAIJA..., 2021). Esse trajeto construído por Afolayan, que assume desde o desenvolvimento, passando pela produção, a finalização e a distribuição, não é típico da indústria audiovisual da Nigéria. Kunle Afolayan é, portanto, uma figura-chave para nos situar no contexto em que a Netflix entrou no mercado audiovisual nigeriano.

Se Genevieve Nnaji oferece o apelo do *star system*, e Mo Abudu, a qualidade das produções massivas com potencial de bilheteria, Kunle Afolayan é o rosto do cinema de autor, com todos os aspectos de ordem simbólica que isso representa. Com Afolayan existe, portanto, um gesto da Netflix de apostar em um nome reconhecido internacionalmente em grandes festivais e em um cinema autoral possível em Nollywood. Como vimos, Afolayan é o mais reconhecido cineasta nigeriano em nível internacional, e seus filmes, especialmente *Sete Anos de Sorte*, são celebrados como os mais criativos no ambiente da Nova Nollywood. O diretor é um dos poucos a ousar nas estruturas das narrativas, investindo em tramas menos óbvias e em personagens ambíguos, além de passear confortavelmente entre diversos gêneros. Seu talento e sua inventividade na indústria de cinema da Nigéria o colocam em uma posição privilegiada, onde tanto o público nigeriano como os pesquisadores e críticos de cinema aguardam ansiosamente por seus novos projetos. Para o professor e pesquisador Jonathan Haynes, um de seus maiores entusiastas no âmbito da academia e que em 2014 dedicou um artigo inteiro para pensar o papel de Afolayan no contexto de surgimento de uma nova Nollywood, Afolayan oferece em suas obras a dimensão transnacional no âmbito criativo que faltava à indústria.

Kunle Afolayan é a figura óbvia na qual focar para ter uma ideia mais aprofundada da Nova Nollywood: ele é a figura principal associada a ela, sua importância é baseada fortemente em talento superior e carisma, e sua situação e a evolução de suas estratégias estão inscritas em seus filmes. As histórias em torno da carreira de Afolayan, conforme ele experimenta, ilustram possibilidades e limitações, não inevitabilidades. [...] Nollywood é fundamentalmente um sistema de *marketing* com um sistema de produção atrelado a ele; o rosto que mostra ao público é o seu *star system*. Desde o início, Afolayan tem trabalhado fora desses sistemas: seus filmes foram feitos devagar e deliberadamente, com uma atenção cuidadosa ao ofício permitida por orçamentos relativamente altos. Tudo isso é muito à maneira de seu mentor, Tunde Kelani. (HAYNES, 2014a, p. 60-61, tradução nossa¹³⁴).

¹³⁴ Original: “Kunle Afolayan is the obvious figure on whom to focus in order to get a deeper sense of New Nollywood: he is the leading figure associated with it, his prominence is based solidly on superior talent and charisma, and his situation and the evolution of his strategies are inscribed in his films. The stories around Afolayan’s career, as he experiments, illustrate possibilities and constraints, not inevitabilities. [...] Nollywood is fundamentally a marketing system and a system of production geared to it; the face it turns to the public is its star system. From the beginning, Afolayan has worked outside these systems: his films have been made slowly and deliberately, with a careful attention to craft permitted by relatively large budgets. All this is very much in the manner of his mentor Tunde Kelani?”.

Tunde Kelani é um dos nomes mais respeitados da história do cinema africano. Sua importância reside no fato de ter sido um dos realizadores nigerianos que apostou em um cinema autoral em convergência com os outros países africanos, lançando suas primeiras obras em celuloide ainda nos anos 1990. Afolayan, que começou a carreira cuidando das produções do pai, Adeyemi “Ade Love” Afolayan, um famoso ator do teatro iorubá itinerante, teve suas primeiras experiências de atuação em filmes de Tunde Kelani: *Saworoide* (1999) e a sequência *Agogo Èwò* (2002). Haynes afirma que, desde então, o veterano cineasta tem sido o seu mentor, e as formas de construir narrativas têm sido similares nas obras de Kelani e Afolayan. No prefácio do livro *Auteuring Nollywood*, dedicado exclusivamente a análises de *Sete Anos de Sorte*, Haynes desenvolve melhor o que considera importante na comparação entre os dois realizadores:

Afolayan, assim como Kelani, possui treinamento profissional e proficiência técnica notáveis, um nível de arte incomum e uma lenta, proposital, cuidadosa abordagem de sua obra. Ambos têm um relacionamento tangencial com Nollywood. Se Nollywood é, em primeiro lugar, um sistema de *marketing* e distribuição, com um modo de filmagem atrelado, ambos têm se mantido deliberadamente fora dela. (HAYNES, 2014b, p. vii, tradução nossa¹³⁵).

Kunle Afolayan é, portanto, um dos raros nomes do cinema nigeriano sobre o qual podemos falar de “obras”, ou seja, de um conjunto de filmes relevante o suficiente para que possamos indicá-lo como um autor do cinema, além de nos permitir, como analistas, identificar marcas de autoria ou pelo menos um estilo do seu fazer cinematográfico, que não só pode ser encontrado em sua obra como é objeto de expectativa com relação a novos projetos – guardadas, claro, as devidas proporções quando tratamos da própria noção de “autoria” vinculada aos cinemas africanos. Convoco mais uma vez o pesquisador Jonathan Haynes, que acertadamente faz uma ressalva nesse sentido:

A crítica de autor foi originalmente inventada por críticos franceses para abordar diretores de Hollywood e não deveria ser aplicada ao contexto nigeriano sem considerações cuidadosas. As “artes populares” africanas (como definidas por Karen Barber e outros) possuem a mesma concepção de criatividade individual do que o modelo literário europeu por trás da crítica de autor? Em que medida Nollywood deveria ser entendida como uma arte popular africana? Qual é o papel do diretor na realização de filmes de Nollywood ou, melhor dizendo, qual é a gama de papéis? (HAYNES, 2014b, p. xi, tradução nossa¹³⁶).

¹³⁵ Original: “Afolayan, like Kelani, has conspicuous professional training and technical proficiency, an uncommon level of artistry and a slow, deliberate, careful approach to his work. Both have a tangential relationship with Nollywood. If Nollywood is, in the first place, a marketing and distribution system, and a mode of filmmaking geared to it, both men have deliberately stayed out of it”.

¹³⁶ Original: “Auteur criticism was originally invented by French critics to approach Hollywood directors, and it should not be applied to Nigerian circumstances without careful consideration. Do the African “popular arts” (as defined by Karen Barber and others) have the same conception of individual creativity as the European

Em acordo com Haynes, defendo aqui a posição de que não podemos aplicar aos cinemas nigerianos, de uma forma geral, a concepção de cinema de autor como pensada pelos críticos de cinema franceses em 1960. A política dos autores, concebida e defendida por François Truffaut, Claude Chabrol e outros, buscava reconhecer o gênio autoral essencialmente a partir da figura do diretor: do fato de ele sempre se envolver no processo criativo nas mais diversas funções (produção, roteiro, montagem etc.) e em função de “marcas autorais” facilmente reconhecíveis pelo público ao longo de sua obra, além de uma expressão pessoal, um estilo próprio e único que o destacaria dos diretores não autores. Ser considerado autor no cinema se tornou, portanto, um lugar de prestígio e de reconhecimento daqueles cineastas que, ao longo dos anos, conseguiram não só construir uma obra com diversos filmes lançados e distribuídos, mas que conseguiram visibilidade o suficiente para ganhar a atenção dos críticos. A crítica, como sabemos, ainda hoje é uma importante instância de consagração no cinema, um espaço importante a ser conquistado na trajetória dos cineastas.

Por outro lado, a política dos autores polemizou a crítica francesa ao atribuir o selo de autor aos realizadores do cinema hollywoodiano, como Alfred Hitchcock e John Ford. Isso significava que a ideia de “filme de autor” poderia conviver em harmonia com o cinema industrial – ou seja, que não estava vinculada ao cinema de arte necessariamente – e que era necessário analisar a obra completa (e não apenas filmes isolados) de cineastas considerados autores, a fim de provar que eles possuíam uma “assinatura”, uma marca estilística que revelava a sua personalidade, e que tais cineastas não eram apenas técnicos que executavam filmes quaisquer, mas verdadeiros artistas que imprimiam nos seus trabalhos os seus modos de ver o mundo. Ao provar tais características, o cineasta se tornava “autor”, como os consagrados autores da literatura.

A predileção pelo cinema americano também foi um dos aspectos da *politique des auteurs* bastante criticado. Em uma mesa redonda proposta por alguns críticos e pesquisadores de cinema, publicada na revista *Cahiers du Cinéma* em 1965, a questão do produtor no cinema americano foi colocada em pauta de modo bastante enfático (BAECQUE, 2003). Para os presentes no debate, os Jovens Turcos (apelido dado ao grupo de críticos fundador da linha de pensamento da *politique des auteurs* na revista) pareciam ignorar que os diretores americanos os quais louvavam também eram submetidos às condições do sistema de produção. A relação de criação dentro dessas condições não era abordada pelos críticos da *Cahiers*, que estavam mais preocupados em analisar a obra de determinados diretores a fim de conferir-lhes valor e

literary model behind auteur criticism? To what extent should Nollywood be understood as an African popular art? What is the role of the director in the making of Nollywood films or, rather, what is the range of roles?.”

atribuir-lhes respeito. Segundo os presentes na mesa, visivelmente preocupados em recuperar o “valor perdido” do cinema europeu, o cinema estadunidense era ruim, e os diretores usados como exemplo pelos críticos da *Cahiers* nada mais eram que exceções à regra.

Penso que, no caso dos cinemas africanos, as limitações da ideia de autoria aparecem desde o princípio. Como apontei anteriormente, estamos falando de cinematografias que fazem parte de um campo em luta por autonomia, sendo desde sempre quase completamente dependentes da Europa e dos Estados Unidos para existir. É como se os cineastas africanos estivessem no meio do caminho nessa disputa por uma ideia de autoria, a qual ignora as cinematografias historicamente invisibilizadas. Como falar de “obra” em um continente no qual apenas uma porcentagem mínima de cineastas consegue produzir mais de três filmes ao longo de toda a sua carreira? Como falar de expressão pessoal como requisito básico de um gesto autoral em um contexto de produção que está subordinado às exigências dos seus financiadores?

A pesquisadora Jusciele Oliveira (2018), em sua tese na qual defende o cineasta guineense Flora Gomes como um autor, oferece uma contribuição para pensar essas questões. Para Oliveira, Flora Gomes é um cineasta autor porque podemos observar em sua obra (cinco longas-metragens) uma marca estilística, uma assinatura pessoal e temas recorrentes, assim como a sua presença nas mais diversas funções de realização do filme: além da direção, assumiu roteiro, produção, fotografia, montagem, entre outras. A autora faz a ressalva de que essa concepção de autoria foi construída excluindo os cinemas africanos e latino-americanos, portanto, “o maior lapso da *politique des auteurs* seria ter deixado de lado os valores sociais e rejeitar as redes ideológicas que constituem as subjetividades da criação, bem como limitar a atribuição do termo aos cineastas europeus e depois estadunidenses” (OLIVEIRA, 2018, p. 140). Ainda que Oliveira analise a obra de Flora Gomes a partir da noção fundamentalmente europeia de autoria, ela completa a ressalva:

A autoria (re)aparece por meio de deslocamentos críticos que acrescentam às discussões questões de ordem social, cultural e contextual, distanciando-se de análises centradas somente no indivíduo e aproximando-se da construção prática. Essa é uma situação proporcionada por possibilidades contemporâneas nas quais afloram reclassificações, ressignificações e estudos sobre autor e autoria, que incluem novas mídias, dispositivos e também os cinemas latino-americanos e africanos. (OLIVEIRA, 2018, p. 140).

A questão que se coloca aqui, a qual podemos observar também na pesquisa de Oliveira (2018), é que só se pode falar de autoria nos cinemas africanos quando mencionamos o nome de cineastas com obras consolidadas pelas instâncias de consagração europeias. Não se trata, neste ponto da argumentação, de se pensar as questões estilísticas e narrativas das obras dos realizadores africanos, mas de assumir que somente aqueles que produziram pelo menos cinco

filmes em sua carreira estão aptos a ser considerados autores. Mas como negociar, então, uma ideia de autoria que considere as limitações históricas de condições de produção e de falta de autonomia dos cinemas africanos?

Como se daria essa negociação quando tratamos de um cineasta como o nigeriano Kunle Afolayan, que surgiu a partir de um dissenso criativo e estético com a velha Nollywood, produziu filmes dos mais diversos gêneros, formatos e temas e hoje trabalha de mãos dadas com a Netflix para realizar tanto os seus filmes “autorais” como o “filme de Natal nigeriano” comissionado pelo portal – caso de *Uma Esposa de Natal?* Afolayan tem, sim, uma obra consolidada hoje, e isso representa um imenso diferencial no contexto de Nollywood por algumas razões: a relevância do nome do diretor na indústria audiovisual nigeriana nunca existiu e é um lugar que Afolayan passou a disputar com a sua entrada no campo; além disso, os filmes que produz desde 2007 não apresentam marcas autorais facilmente identificáveis, e essa lógica não parece ter pertinência em Nollywood, pelo menos não quando tratamos de questões estéticas e estilísticas. Por conta disso, o nome Kunle Afolayan passou a ser sinônimo de um “cinema de qualidade”, especialmente com o lançamento de *Sete Anos de Sorte* e o que o filme representa, em termos de narrativa e estilo, enquanto distanciamento da estética de Nollywood. Desde então, não importa se o cineasta lança uma comédia romântica, um drama de guerra, um filme de ONG, um musical: seu nome passou a ser a marca da qualidade dos seus filmes, e que não necessariamente significa que eles são de fato extraordinários.

Afolayan, no entanto, brinca com algumas referências a um cinema autoral quando, por exemplo, aparece em pequenas pontas como ator nos seus principais lançamentos (prática conhecida do cineasta britânico Alfred Hitchcock), ou quando coloca seu rosto na marca de sua produtora associada, tornando a sua figura pública recorrente nos mais diversos espaços, algo em geral destinado apenas aos elencos. Ao mesmo tempo, diferentemente dos colegas diretores nigerianos, Afolayan investe na descoberta de novos talentos, que passam a assumir os papéis de protagonistas em seus filmes. Ultimamente, o cineasta tem apostado em cantoras nigerianas em início de carreira. Em *A Ponte (The Bridge, 2017)*, o diretor escalou a cantora gospel Chidinma para o seu primeiro grande papel em Nollywood; em *Aprendiz de Mecânico (Mokalik, 2019)*, foi a vez da cantora Simi se aventurar pela atuação no cinema. Em *A Lição de Moremi*, a escolha foi por Temi Otedola, conhecida por ser filha de importantes milionários na Nigéria e pelo trabalho no mundo da moda – e que nunca havia trabalhado no cinema antes. O diretor voltou a contratar uma cantora iniciante, Niyola, para o papel de protagonista em *Difícil de Engolir*, seu primeiro filme original Netflix comissionado, lançado em 2021. Esse gesto se

tornou uma das marcas do seu trabalho e de sua distinção, indo de encontro à lógica de Nollywood de garantir sucesso de bilheteria confiando primordialmente em um elenco famoso.

Entre seus 12 filmes, lançados entre 2006 e 2021, Kunle Afolayan dirigiu um longa com forte acento sobrenatural (*Sete Anos de Sorte*), duas comédias românticas (*Trocando Celulares*, ou *Phone Swap*, de 2012, e *A Ponte*), um drama histórico (*1 de Outubro*, ou *October 1*, de 2014) e filmes engajados em discursos positivistas sobre questões sociais que afetam a Nigéria, como o câncer de colo de útero (*Diamonds in the Sky*), o assédio sexual de mulheres nas universidades (*A Lição de Moremi*) e o tráfico internacional de drogas (*Difícil de Engolir*). *Sete Anos de Sorte* continua sendo seu filme mais celebrado, e *1 de Outubro* e *Os Cinco CEOs* (*The CEO*, um *thriller* de 2016) também estão na lista dos mais respeitados pela crítica nigeriana. O drama *Aprendiz de Mecânico* teve bons momentos de bilheteria na Nigéria e representa um outro universo narrativo para Afolayan, com personagens de áreas mais periféricas do país e falantes de iorubá e inglês *pidgin*. Nesse conjunto de obras, é possível perceber que Afolayan atravessa os mais diversos gêneros, nas mais diversas condições de produção, negociando entre a sua assinatura – um suposto selo de qualidade das histórias que decide contar – e as demandas de tantas instâncias envolvidas na produção de filmes na Nigéria. Em diversas entrevistas, o diretor afirma que nunca quis ser só mais um diretor a fazer comédias em Nollywood, e mesmo os seus melodramas trabalham com os marcadores do gênero de modos essencialmente diferentes do que fazem os seus pares no país. *Aprendiz de Mecânico* e *Diamonds in the Sky* foram as últimas produções de Afolayan antes de *A Lição de Moremi*.

O lançamento de *A Lição de Moremi* em 2020 foi uma mudança de estratégia na carreira de Afolayan: quando quase todos os seus filmes já tinham sido adquiridos para o catálogo da Netflix, e o diretor já se aproximava da plataforma, o acordo foi que *A Lição de Moremi* estreasse lá diretamente, sem passar por salas de cinema ou festivais. Foi, portanto, a primeira experiência de exclusividade entre Afolayan e a Netflix e a primeira vez que o diretor abriu mão das instâncias de consagração das quais sempre lutou para fazer parte: festivais, premiações e salas de cinema. O longa teve uma exibição especial no dia 30 de setembro de 2020, na inauguração do Kunle Afolayan Productions Hub, o KAP Hub, um centro de cultura e formação fundado pelo diretor em Lagos, na Nigéria, com diversos espaços para eventos, exibições de filmes e formação de jovens realizadores nigerianos que querem entrar no mundo do cinema. *A Lição de Moremi* estreou como original Netflix dia 31 de outubro de 2020.

O filme conta a história de Moremi (Temi Otedola), estudante de pós-graduação que decide enfrentar as autoridades da universidade para denunciar seu professor por assédio sexual. O professor em questão, Lucien N'Dyare (interpretado pelo famoso ator haitiano-americano

Jimmy Jean-Louis), é um homem respeitado internacionalmente e adorado pelos alunos, de modo que a denúncia de Moremi encontra resistência entre o corpo discente e a direção da universidade. Com a ajuda de uma advogada vinculada a uma ONG que luta pelos direitos das mulheres na Nigéria, Moremi enfrenta a desconfiança e a falta de apoio dos colegas e do próprio namorado, enquanto tenta provar que o testemunho de Lucien N'Dyare é falso ao tentar acusá-la de, ao contrário do que afirma a aluna, ter ela mesmo se insinuado sexualmente para ele. A trama é orientada pelo julgamento do caso no tribunal interno da universidade e se vale de *flashbacks* durante toda a narrativa para desvendar, pouco a pouco, como se deu a relação entre professor e aluna, até revelar N'Dyare como um predador com histórico de abuso de alunas no ambiente acadêmico de outras universidades.

A narrativa em *flashback* é, em termos estilísticos, a maior ousadia de Kunle Afolayan em *A Lição de Moremi* – longa-metragem que, entre todos os seus, é o que mais foge de ambiguidades e experimentações. Provavelmente pela seriedade do tema, o diretor pareceu menos preocupado em desenvolver seus personagens de modo a criar uma tensão que fosse além do óbvio: o momento do veredicto no julgamento do professor Lucien N'Dyare. Moremi é construída como uma mulher precocemente inteligente (por ser tão nova e já estar na pós-graduação), além de pura e inocente. Apesar de se envolver romanticamente com Koyejo (Gabriel Afolayan, irmão do diretor), um aluno de medicina da graduação, a protagonista nunca é mostrada com ele em cenas de beijo ou de sexo, fato que a afasta completamente de uma imagem que poderia ser conectada ao comportamento apontado por N'Dyare. O ponto de vista da narrativa, que basicamente nos leva a conhecer a cronologia dos fatos até o dia em que o professor tentou estuprar Moremi, é todo construído a partir do olhar da aluna, de modo a não haver espaço para duvidar dela. Quando Moremi consegue uma pista do passado de N'Dyare que dá uma reviravolta no seu caso, Koyejo se reaproxima dela, e o corpo discente volta a apoiar a garota, fazendo dela um símbolo de luta pelos direitos das mulheres na universidade, uma vez que consegue provar o caráter duvidoso do professor. O filme termina com a esperada recompensa moral e emocional da vitória de Moremi não só sobre N'Dyare, mas também sobre a lógica da academia, que prefere proteger os seus a acreditar em acusações proferidas pelos alunos.

Na mesma época de produção e lançamento de *A Lição de Moremi*, a BBC Africa lançou o documentário de jornalismo investigativo *Sex for Grades*, assinado pela repórter Kiki Mordi, que denuncia diversos casos de abuso sexual em universidades da Nigéria e do Gana (SEX FOR GRADES..., 2019). A reportagem teve imensa repercussão nos dois países, especialmente por veicular gravações feitas secretamente que mostram o nome e os rostos de vários dos

professores abusadores. Ainda que Kunle Afolayan tenha afirmado que, diferentemente do que a imprensa divulgou, seu filme não foi baseado ou sequer inspirado na peça da BBC (KUNLE AFOLAYAN..., 2020), a coincidência reforça a importância desse assunto nos dois países africanos e a polêmica em nível institucional envolvendo as mais prestigiosas universidades nigerianas e ganenses. Afolayan tem um histórico, como comentei, de dedicar seus filmes a questões relevantes da sociedade nigeriana, de modo que a temática de *A Lição de Moremi* não é uma surpresa, como foi o caso de Mo Abudu com *Por Uma Vida Melhor*. No entanto, a partir da experiência com este, conseguimos entender a razão pela qual a Netflix decidiu adquirir o filme de Afolayan como original para a sua coleção de filmes nigerianos.

Outro aspecto da narrativa de *A Lição de Moremi* fortalece o filme como produto importante e rentável para a Netflix: seu potencial de internacionalização e de apelo a audiências globais. Para além da temática, cujo recorte já apontei que existe desde a aquisição de *Lionheart*, o filme é uma coprodução entre três países africanos: Nigéria, Senegal e Cabo Verde. Nada disso é gratuito: a trama só faz sentido porque se desenvolve nesses três países, cada um tendo um papel fundamental nos enlances e desenlaces do mistério que envolve a vida do professor Lucien N'Dyare e suas relações com Moremi e outras alunas do seu passado. Nesse sentido, a contratação de Jimmy Jean-Louis para interpretar o professor é estratégica, já que o ator circula bastante em produções de diversos países africanos, e o fato de falar francês tem um valor expressivo na narrativa. O uso do idioma serve para caracterizá-lo como viajado e experiente (no filme, ele é de origem ganense, com passagem pelo Senegal e residência na França), além de marcar sua relação com Moremi, que fala francês fluentemente. O que poderia ser só mais um sinal de inteligência se torna fundamental para alguns momentos da narrativa, onde diálogos entre eles acontecem em francês na frente de outras pessoas, de modo que elas, por não entenderem o conteúdo, não tenham a possibilidade de testemunhar sobre as interações.

Kunle Afolayan parece investir em uma espécie de cosmopolitismo africano quando faz seus personagens viajarem entre três países da África ocidental onde são falados três idiomas coloniais: inglês, francês e português. Essa internacionalização não só da trama como da produção coloca o filme em um patamar parecido com o das produções da Nova Nollywood que buscam parcerias com países como Inglaterra e Estados Unidos – porém, nesse caso, o esforço de Afolayan é abrir caminhos no próprio continente. A língua, mais uma vez, assume um papel importante no seio de discussões em torno do alcance global das obras, ocupando um lugar estratégico na linha curatorial da Netflix.

Tal ponto é importante quando falamos das obras de Kunle Afolayan: seus filmes costumam explorar locações não muito desejadas no âmbito de produções da Nova Nollywood,

e não falo aqui só de outros países africanos, mas de espaços como universidades, por exemplo, e bairros periféricos de Lagos, como vemos em tantos dos seus outros filmes. *A Lição de Moremi* se torna um objeto de interesse nesse sentido por apresentar uma outra Nigéria, ao mesmo tempo em que explora questões em torno da vulnerabilidade de mulheres em espaços institucionais, tema globalmente relevante. Desse modo, o longa se posiciona como um trabalho consciente de como impacta as audiências locais e globais, negociando sua relevância tanto com o público nigeriano como entre os públicos mobilizados pela Netflix. Como destaquei anteriormente, os filmes da Nova Nollywood costumam se passar em espaços vinculados às classes média e alta da Nigéria, como mansões, grandes escritórios etc., de modo que essas paisagens destoantes trazidas por Afolayan (em seus filmes que têm o mesmo público dos títulos da EbonyLife) podem ser consideradas parte de um gesto autoral dentro do contexto específico da Nova Nollywood. Para a Netflix, a abordagem atende perfeitamente suas exigências temáticas e narrativas, além de primar pela qualidade técnica das produções.

No dia 1º de outubro de 2021, Kunle Afolayan lançou o primeiro de seus três filmes originais comissionados pela Netflix: *Difícil de Engolir*. Mais uma vez, o diretor trouxe elementos do seu trabalho autoral (como a produção de época com uma direção de fotografia e de arte notáveis) e apostou em um novo desafio ao adaptar o roteiro de um livro (*Swallow*, da nigeriana-americana Sefi Atta), algo que nunca havia feito até então. Além disso, a história é sobre o envolvimento de Tolani Ajao (a cantora Niyola, estreando como atriz) com o tráfico internacional de drogas, atitude tomada em função do desespero que a acomete por conta de dificuldades no trabalho e no relacionamento com um homem que a engana. O lançamento de *Difícil de Engolir* reforça o argumento sobre a curadoria da Netflix estar interessada em filmes africanos que exploram temas ao redor de mulheres africanas contemporâneas em situações de vulnerabilidade. Por mais que o filme tenha sido comissionado sem, supostamente, nenhuma interferência da Netflix sobre o processo criativo de Afolayan, podemos notar, a partir do conjunto de filmes observados neste capítulo, como o portal está construindo um discurso sobre o audiovisual africano quando reúne os títulos sob o selo “original Netflix”.

Já em 16 de dezembro de 2021, o segundo filme original Netflix comissionado a Kunle Afolayan foi lançado com *Uma Esposa de Natal*, comédia romântica sobre uma mãe de três filhos solteiros que, após passar mal e parar no hospital, pede aos filhos que se casem e lhe deem netos. Diante do desinteresse deles, ela oferece uma recompensa em bens e dinheiro para quem se casar primeiro, estimulando a competição entre os rapazes. O filme segue a fórmula comum a obras de comédia romântica, com enredos nos quais os casais mais improváveis ficam juntos no final, sempre com uma mensagem positiva sobre o amor. No caso de *Uma Esposa de*

Natal, a trama é temperada com a “tinta local”: os excêntricos casamentos nigerianos e a importância da figura da mãe e do núcleo familiar tradicional. O longa foi lançado no mesmo período de dezenas de outros filmes de Natal da plataforma, sendo o primeiro original Netflix deste gênero produzido na Nigéria. A Nova Nollywood, claro, já explorava o gênero há alguns anos, com o lançamento de filmes como *Christmas Is Coming* (2017), de Ufuoma McDermott, por exemplo. Em 2021, também houve a estreia do *blockbuster Christmas in Miami*, dirigido por Robert Peters (com produção de Ayo “AY” Makun), responsável por vários títulos da Nova Nollywood no catálogo da Netflix: *30 Days in Atlanta* (2014), *Lua de Mel à Jamaicana* e *Dez Dias em Sun City* (*10 Days in Sun City*, 2017). Como comentei no quarto capítulo desta tese, para a Netflix é mais vantajoso produzir seus próprios filmes do que licenciar títulos de interesse para a curadoria da plataforma. Portanto, comissionar *Uma Esposa de Natal* faz mais sentido do que licenciar *Christmas in Miami*, uma vez que, em termos de trama e narrativa, os filmes oferecem o mesmo tipo de recompensa.

Todas essas estratégias, que passam por questões linguísticas, narrativas, estilísticas, de trajetória dos agentes envolvidos e de universos temáticos, atravessam os três filmes nigerianos analisados aqui, os primeiros adquiridos pela Netflix como originais. O potencial desses aspectos no objetivo de construir uma coleção de filmes que não só agrade como atraia “audiências globais” é o que parece mover a curadoria do serviço a favor do seu projeto global. Pensando nesses filmes como uma constelação, a partir da proposta metodológica de Mariana Souto (2019, 2020) sobre a qual tratei brevemente em capítulo anterior, eles se apresentariam em uma linha reta cronológica, mas que se bifurcaria somente quando diretamente relacionados aos aspectos narrativos, linguísticos e temáticos que defendo aqui como as estratégias curatoriais e o projeto global da Netflix sobre os cinemas da África a partir do cinema nigeriano.

O caso do inglês como idioma oficial e principal dos filmes aparece em *Lionheart* e *A Lição de Moremi*, bem como os recursos e as estratégias das narrativas clássicas e de gênero. As questões estilísticas vinculadas a uma ideia possível de autoria nos cinemas africanos são convocadas em *Por Uma Vida Melhor* e *A Lição de Moremi*, e os três longas mobilizam discursos em torno de mulheres africanas contemporâneas em situação de vulnerabilidade. Para além disso, é possível verificar como a questão linguística tem diversas camadas de complexidade, negociando entre o inglês reconhecível e palatável para públicos globais e os três idiomas coloniais como marcadores de uma transnacionalidade, ao mesmo tempo em que o *pidgin*, o *ibo* e o *iorubá* convocam uma diferença, uma nigerianidade, um elemento particular que justifica que os filmes são, independentemente de suas narrativas, “africanos”.

Ao observar os filmes, ficam evidentes as diferentes formas de exercício de poder da Netflix sobre as narrativas africanas que licencia e comissiona e o modo como a plataforma negocia esse lugar de controle das dinâmicas de produção e difusão de conteúdos africanos para todo o mundo. Após todo esse percurso de análise das configurações do campo audiovisual nigeriano, das lutas por autonomia e do lugar da Netflix dentro do campo de poder que tensiona as relações da indústria, faço agora uma discussão final em torno do impacto dessa aliança para o futuro dos cinemas africanos, atentando para a atuação da Netflix no contexto da colonialidade do poder.

Neste capítulo, identifiquei nos filmes como as questões narrativas, linguísticas e temáticas estão estrategicamente em jogo no projeto global da Netflix sobre a África a partir da Nigéria. Agora, caminho para uma reflexão sobre as consequências dessas disputas e discursos sobre o campo em emergência dos cinemas africanos, considerando a pertinência de tais questões do projeto global da Netflix.

6 NETFLIX NA NIGÉRIA: QUE PROJETO GLOBAL?

Em artigo pioneiro sobre a relação entre Netflix e África, o pesquisador Collen Chambwera (2021) analisa a entrada do portal de televisão distribuída pela internet no contexto da televisão sul-africana, considerando que foi na África do Sul onde a empresa primeiro investiu na produção de séries originais no âmbito do continente¹³⁷. Chambwera atenta para o fato de que a aposta da plataforma de *streaming* na África do Sul foi importante para o mercado de oferta de serviços semelhantes no país, cujo monopólio da Multichoice impedia que as audiências sul-africanas tivessem mais opções de conteúdos internacionais. O autor defende que analisar esse novo cenário deve ir “além de apenas avaliar a relação entre televisão paga local, Multichoice e a Netflix, que é baseada em plataforma”, e discutir as “implicações da incursão da Netflix em produções locais, para a regulação e para a indústria de televisão local” (CHAMBWERA, 2020, p. 40, tradução nossa¹³⁸).

O autor traz para a discussão uma abordagem que, como nesta tese, dialoga com a noção de colonialidade do poder (MIGNOLO, 2020; QUIJANO, 2000). Ao afirmar que muitos autores analisam o universo das tecnologias digitais criadas em países do Norte a partir das suas práticas coloniais e imperialistas, Chambwera acredita em uma análise da Netflix na África que leve em conta a perpetuação da dependência econômica que os países do Sul Global têm da Europa e, nesse caso específico, dos Estados Unidos.

Naquilo que chama de colonialidade do poder, Quijano (2000) argumenta que a perpetuação do capitalismo global ajuda a dominação continuada do Sul Global pelo Norte Global. A Netflix é uma representação típica do capitalismo global. Uma visão aérea das relações de poder ativadas pelas plataformas globais pode, portanto, não sem razão, interpretar a incursão da Netflix em originais locais como um capcioso esforço para perpetuar a exploração capitalista hegemônica do mercado sul-africano por corporações americanas. (CHAMBWERA, 2020, p. 43, tradução nossa¹³⁹).

Enquanto Chambwera se dedica a pensar as tecnologias digitais como serviços de extração de dados de usuários para, a partir deles, orientar os hábitos de consumo dos países do Sul Global – estes que, segundo o autor, permanecem como consumidores e nunca como produtores de um serviço de alcance global tão bem-sucedido, servindo como mão de obra e mercadoria –, interessa-me mais a discussão em torno de como a Netflix exerce controle sobre

¹³⁷ Refiro-me às séries originais Netflix sul-africanas lançadas em 2020: *Queen Sono* e *Sangue & Água*.

¹³⁸ Originais: “beyond just assessing the relationship between local pay television, Multichoice, and platform-based Netflix”; “implications of Netflix’s foray into local productions, for policy and local television industry”.

¹³⁹ Original: “In what he calls the coloniality of power, Quijano (2000) argues that enduring global capitalism aids the continued domination of the Global South by the Global North. Netflix is a typical representation of global capitalism. A jet plane view of relations of power enabled by global platforms can therefore, not without reason, interpret Netflix’s foray into local originals as a specious effort to perpetuate hegemonic capitalist exploitation of South African market by American corporates”.

os mercados consumidores dos países do Sul Global. O poder econômico da plataforma, que, como vimos, torna possível a produção audiovisual em países africanos, abrindo novos horizontes de espetatorialidade para cineastas do continente, constrói uma cadeia de produção audiovisual sobre a qual exerce poder de decisão, ao mesmo tempo em que busca negociar com a liberdade criativa dos realizadores. Não há uma imposição, uma exploração direta de mão de obra humana e de recursos da região colonizada – se considerarmos a analogia defendida por Chambwera –, mas um processo de negociação no qual esse exercício de poder é muito mais sutil. Alguns autores, como Taiwo Afolabi e Stephen Okpadah (2021), falam em *soft power*, e outros, como Michael Kwet (2019), falam de *digital colonialism*, ou colonialismo digital. Acredito, no entanto, que pensar a partir da ideia de negociação nos ajuda a perceber como a Netflix se associa aos realizadores africanos no audiovisual para construir uma narrativa de África que lhe interessa enquanto um serviço de abrangência global, ao mesmo tempo em que explora um valor simbólico relacionado ao crescente interesse dos países do Norte Global no continente africano, especialmente no universo das artes e da cultura.

Tudo isso remete à discussão já introduzida por Walter Mignolo (2020) e tantos outros autores (BERNARDINO-COSTA; MALDONADO-TORRES; GROSGOUEL, 2018; FANON, 2021; QUIJANO, 2000) sobre um movimento de resistência diante da colonialidade (do poder, do ser, do saber), uma proposta de produzir conhecimento e de estar no mundo a partir de referências não colonizadoras. A chamada decolonialidade (expressão que vem justamente da rejeição à colonialidade) seria, portanto, essa atitude de se afastar dos resquícios da colonização e de suas inúmeras consequências até hoje sobre a existência dos antigos colonizados – ou, como Maldonado-Torres (2018) preferiu chamar, à luz das contribuições conceituais de Fanon (2021), de condenados (*damned*). Para esses autores, a decolonialidade pressupõe a existência (indesejada pelos ex-colonizadores) de ex-colonizados como sujeitos pensantes e questionadores, que atuam em todas as esferas da vida (social, política, econômica, cultural etc.) de forma crítica e profundamente anticolonial. “A decolonialidade, portanto, tem a ver com a emergência do condenado como pensador, criador e ativista e com a formação de comunidades que se juntem à luta pela descolonização como um projeto inacabado” (MALDONADO-TORRES, 2018, p. 46). Pensar estética e política, portanto, é uma das formas mais discutidas hoje sobre como projetos decoloniais podem tomar forma e de fato empreender alguma mudança no mundo.

A perspectiva decolonial se torna pertinente quando observamos a relação entre África e Netflix. Considerando a relação de dependência econômica e a falta de autonomia no processo criativo, que discuti nos capítulos anteriores, o audiovisual nigeriano não promove nenhuma

ruptura com a colonialidade do poder, pelo contrário, reforça o lugar de subalternidade tão caro aos ocidentais, deixando que eles permaneçam com o controle dos lugares de produção de discursos e de conhecimento sobre a África. Como vimos nos capítulos anteriores, o projeto global da Netflix sobre o audiovisual africano se constrói, pelo menos em um momento inicial, a partir de estratégias que envolvem a curadoria, a construção de uma coleção de filmes relacionados à África e as narrativas que mobilizam questões temáticas, linguísticas e de estilo.

Neste capítulo final, discuto as dimensões que esse projeto global toma no contexto audiovisual da África de uma forma geral, considerando o impacto da escolha dessas narrativas tão específicas no campo dos cinemas africanos, que ainda se encontra em processo de autonomização. Resgato os autores que me ajudaram a chegar até aqui e suas reflexões sobre a construção de narrativas acerca da África a partir do olhar ocidental, com o objetivo de tornar evidente não só o que defendo ser o projeto global da Netflix sobre a África, mas suas implicações nas dinâmicas de produção e difusão dos cinemas africanos contemporâneos.

6.1 Histórias “africanas” para públicos globais

O diálogo entre os pensamentos de Achille Mbembe (2001, 2019), Valentin-Yves Mudimbe (2019) e Felwine Sarr (2019) orienta o tensionamento, no âmbito do cinema, dos horizontes de possibilidade de construção de imagens de África que surgem quando uma empresa multinacional como a Netflix passa a atuar no campo audiovisual do continente e especificamente da Nigéria, apontando questões pertinentes para a análise e a compreensão desses contextos.

Tanto Mudimbe como Mbembe e Sarr sinalizam uma necessidade de os africanos resistirem às narrativas sobre a África instituídas pelo Ocidente, construindo eles mesmos as suas narrativas a partir das suas próprias referências. Para os autores, ainda é necessário que os africanos assumam esse gesto de olhar para si e transformar discursos, desafiar estereótipos e, mais importante, referir-se a si mesmo. Esse gesto inclui um movimento de resistência à obrigação do autêntico, ao fetiche da tradição e às experiências de violência e trauma como marcadores de africanidade e uma rejeição à noção de que uma autocrítica dos europeus passa pela ideia de “dar voz” aos africanos em espaços essencialmente eurocêntricos. Mbembe (2001) destaca a contradição que existe entre os que defendem o direito a uma voz para os africanos a partir da concepção de uma “outridade”, reforçando, assim, a figura do nativo como autêntico. O autor considera isso um problema especialmente por alimentar um “culto à vitimização” (2001, p. 176), acolhido não somente pelos ocidentais como pelos próprios africanos. Disso

viria o que o autor chama de “rituais teóricos” sobre os africanos (p. 176), sendo um deles aquele que

fornece as chamadas provas que, ao desqualificarem as representações ficcionais do Ocidente sobre a África, e ao refutarem a afirmação de que este detém o monopólio da expressão do humano em geral, supostamente abrem um espaço em que os africanos podem finalmente narrar suas próprias fábulas em uma linguagem e voz que não podem ser imitadas, porque são verdadeiramente suas. (MBEMBE, 2001, p. 176).

O filósofo camaronês recusa a ideia de um determinante da experiência africana que delimita sua existência no mundo – como a colonização, por exemplo. Para Mbembe, definir o *self* africano a partir de suas experiências de trauma (escravidão, colonização e *apartheid*) condiciona suas formas de existir, uma vez que se tem como referencial da própria existência a violência imputada pelo Ocidente. É como se houvesse uma diferença ontológica do africano que precisa sempre ser marcada pelos ocidentais, fazendo com que os próprios africanos acolham essa diferença em contextos de resistência às mais diversas violências que sofrem até hoje, configurando, para Mbembe, um paradoxo.

A marcação da diferença é, portanto, reconhecida somente “na medida em que implica desigualdades, que eram, além disso, consideradas naturais, no sentido de que ela justificava a discriminação e, nos casos mais extremos, a segregação” (MBEMBE, 2001, p. 179). Uma das formas de marcar essa diferença do “outro” é, no argumento de Mbembe, convocar a ideia de tradição como a identidade específica do africano, uma alteridade, algo que é particular seu e que o faz diferente dos ocidentais. Seria, nas palavras do autor, um princípio de não similaridade, com o propósito de “canonizar a diferença e eliminar a pluralidade e a ambivalência da tradição” (p. 179). Mbembe está em acordo com Mudimbe (2019) quando este afirma que “[...] a identidade e a alteridade sempre são dadas a outros, assumidas por um sujeito-eu ou sujeito-nós, estruturadas em múltiplas histórias individuais e, de qualquer forma, expressas ou silenciadas de acordo com desejos pessoais diante de uma *episteme* (em itálico)” (MUDIMBE, 2019, p. 13).

O paradoxo deste processo de reificação era que, de um lado, ele parecia ser o reconhecimento desta tradição, enquanto de outro ele constituía um julgamento moral, porque, em última análise, tal tradição se tornara específica apenas para melhor indicar a extensão na qual o mundo do nativo, em sua naturalidade, não coincidia, de forma alguma, com o nosso; em suma, ele não era parte de nosso mundo, e, portanto, não podia servir como base para uma *experiência de convivência em uma sociedade civil*. (MBEMBE, 2001, p. 179, grifo do autor).

A reflexão de Mbembe orienta para a compreensão de como a construção de discursos sobre a África a partir de referências não africanas – como convenções aplicadas ao fazer

fílmico nos Estados Unidos, por exemplo – impede ainda que os sujeitos africanos empreendam narrativas sobre suas existências em contextos contemporâneos dentro e fora do continente. Walter Mignolo (2020) sugere que a diferença colonial seja acolhida como o marcador da construção de novas epistemologias, descentralizando o Ocidente, enquanto Achille Mbembe (2001) defende que a diferença, inventada pela Europa, não deve mais ser entendida como um marcador de inferioridade ou desumanização. O diálogo entre os dois pensadores reitera a dimensão complexa da noção de diferença aplicada aos povos subalternizados, colonizados.

A diferença sobre a qual Mignolo fala se refere ao que muda na abordagem dos fenômenos sociais quando as pessoas são colonizadas e a como essas mudanças orientam novas perspectivas epistemológicas do mundo. Já na perspectiva de Mbembe, não se trata necessariamente de rechaçar as diferenças, mas de se livrar dos marcadores de diferença inventados pelo Ocidente – como a ideia de raça negra, por exemplo –, em um gesto que seria um caminho possível de igualdade entre os humanos. A noção de afropolitismo de Mbembe opera nesse sentido, pois se trata de uma abordagem mais humanista e que concebe os africanos como cidadãos que têm o mesmo direito de existir e de se apropriar das narrativas sobre si diante do mundo – e não somente isso, mas também capazes de inventar as suas próprias referências sobre o existir como africano no mundo.

O escritor moçambicano Mia Couto (2005) é ainda mais incisivo quando trata da imagem de África e dos africanos construída pela Europa. O ponto central do seu pensamento é a ideia de que existe um fetiche por parte dos africanistas da pureza ancestral, do rural e da tradição e que esse fetiche, mesmo sendo, segundo o autor, uma invenção da dominação colonial, é consequência do fato de os próprios intelectuais africanos incorporarem em seus discursos os conceitos inventados pelos europeus sobre a África. Uma vez que a obsessão por classificar o que é e o que não é “africano” surge na Europa, ainda se faz necessário romper com essa referência que aprecia a produção artística africana a partir de uma visão essencialista e redutora. Couto acredita que é preciso ainda que os artistas e intelectuais africanos se reconheçam em sua própria diversidade e não se preocupem em atender a demanda por autenticidade. Ele questiona, de uma forma geral, a obrigação de ser “de algum lugar”, como se a produção artística tivesse que sustentar tal etiqueta.

Os intelectuais africanos [...] não necessitam de corresponder à imagem que os mitos europeus fizeram deles. Não carecem de artifícios nem de fetiches para serem africanos. Eles são africanos assim mesmo como são, urbanos de alma mista e mesclada, porque África tem direito pleno à modernidade, tem direito a assumir as mestiçagens que ela própria iniciou e que a tornam mais diversa e, por isso, mais rica. (COUTO, 2005, p. 60).

A pergunta é – quando este autor é “autenticamente africano”? Ninguém sabe exactamente o que é ser “autenticamente africano”. Mas o livro e o autor necessitam ainda de passar por esta prova de identidade. Ou de uma certa ideia de identidade. Exige-se a um escritor africano aquilo que não se exige a um escritor europeu ou americano. (COUTO, 2005, p. 61).

Neste ponto da pesquisa, já é possível aferir que a Netflix tem exactamente essas demandas pelo “autenticamente africano” e a insistência em reiterar imagens estereotipadas da África no cinema, que se repetem há décadas. Ao privilegiar universos temáticos específicos, narrativas clássicas e filmes falados majoritariamente em inglês, o portal de televisão distribuída pela internet se torna mais um espaço de discursos ocidentais sobre o continente africano. Nesse sentido, ao fazer uma aliança com a cadeia de produção audiovisual da Nigéria e estabelecer acordos de colaboração consentidos pelos agentes do campo, a Netflix, diferentemente do que promove em sua publicidade e do que acreditam os realizadores nigerianos, não rompe com a condição de invisibilidade e dependência que o cinema africano tem do Ocidente. Pelo contrário, a plataforma reforça tal condição, uma vez que difundir mundialmente uma imagem fabricada de África para atender às demandas do espectador “global” não se configura como uma ação para ampliar a visibilidade do audiovisual africano para além dessa meta. Assim, a empresa alimenta e, conseqüentemente, controla o mercado audiovisual com contratos sedutores diante de um contexto econômico vulnerável para o novo cinema nigeriano.

A literatura é terreno fértil para se pensar as questões relativas à autonomia e à decolonialidade. O escritor nigeriano Chinua Achebe, no início do seu livro de ensaios *A Educação de uma Criança sob o Protetorado Inglês* (2012), afirma que sua abordagem tenta evitar essencialismos e binarismos ao tratar da sua experiência em um país colonizado pela Inglaterra (a Nigéria), defendendo um gesto que chama de “meio termo”. Em consonância com Mignolo (2020), Mbembe (2001, 2019) e tantos outros, Achebe desvia de lugares-comuns ao se pensar na condição dos países africanos de ex-colônias, investimento em uma abordagem que reconheça sua agência e, mais importante, sua história pré-colonial. O “meio termo” seria, portanto, essa negociação entre as experiências do pré e do pós-colonial, essa nova (ou outra) experiência africana, ou essas novas “formas africanas de autoinscrição”, para citar Mbembe (2001).

O meio termo não é a origem das coisas, tampouco das últimas coisas, ele tem consciência de um futuro para onde se dirigir e de um passado onde se apoiar; é a morada da dúvida e da indecisão, da suspensão da descrença, do faz de conta, da brincadeira, do imprevisível, da ironia. (ACHEBE, 2012, p. 15).

Esse gesto do meio termo aparece na discussão de Achebe sobre a questão do uso do idioma inglês em sua escrita literária. O ensaio “Política e políticos da língua na literatura africana” (2012) foi escrito diretamente em resposta ao livro “Descolonizando a mente”, de Ngũgĩ wa Thiong’o, no qual o escritor queniano defende o uso de línguas africanas entre os autores da literatura do continente. Achebe, por sua vez, afirma que a língua inglesa é também africana (assim como Mbembe [2018] defende que a língua francesa é uma língua africana) e que, se hoje ela continua viva em diversas regiões do continente, é porque atende “a uma necessidade real” (ACHEBE, 2012, p. 108). O autor parece ter uma compreensão muito lúcida da diferença colonial que, nesse contexto, torna o questionamento ao uso da língua inglesa na Nigéria “totalmente ignorante e sem sentido” (p. 102). Um dos argumentos mais fortes de sua defesa é o fato de que a Nigéria tem mais de duzentas línguas em seu território, e o uso do inglês permite a Achebe se comunicar com todos os nigerianos em qualquer parte do país.

Ainda que a defesa do “meio termo” ao pensar as línguas dos ex-colonizadores seja um gesto perfeitamente na linha do pensamento liminar de Mignolo (2020), Achebe parece, com isso, abandonar uma crítica ao próprio sistema colonial que fez do inglês uma necessidade, em primeiro lugar. Não houvesse o continente africano sido recortado em diversas partes quase aleatórias, a questão linguística não seria vinculada à lógica dos estados-nação que torna o inglês (e o português e o francês) uma língua “fundamental” para tornar possível a comunicação dentro de comunidades tão diferentes entre si – o que resultou, inclusive, em inúmeras guerras civis que marcam a história dos países africanos até hoje. Essa controvérsia reforça a diferença colonial como fator fundamental para a compreensão das experiências linguísticas do continente africano hoje, de modo que se torna contraproducente pensar essas complexidades em termos de opostos binários.

Se por um lado o queniano Thiong’o defende o uso de línguas africanas na literatura como forma de resistência aos idiomas europeus impostos ao continente e, por outro, o nigeriano Achebe defende que a literatura africana só tem a ganhar com o acolhimento do inglês, o que interessa para a discussão proposta pelos autores que defendem a decolonialidade como uma atitude e um compromisso com o futuro é como o inglês faz parte de um projeto global em torno da construção de uma referência do que é norma. O pensamento decolonial, portanto, iria na direção de pensar até que ponto o acolhimento do inglês como “universal” – como afirma o próprio Achebe (2012, p. 103) – significa acolher igualmente um projeto global para as narrativas locais. Considerando que os projetos globais necessariamente são orquestrados e executados pelo Ocidente, é pertinente compreender o uso da língua inglesa em contextos africanos (na arte, na pesquisa e em qualquer outro setor da vida social, política e

econômica) como uma forma de manter e/ou reforçar o poder e o controle do Ocidente sobre o continente.

Como vimos, a Netflix entrou na África a partir de dois países cujas indústrias são as mais bem articuladas do continente e cujo idioma oficial é o inglês: África do Sul e Nigéria. Em seu projeto multinacional – acolhendo o termo usado por Amanda Lotz (2021) –, a plataforma tem priorizado filmes falados em inglês desses dois países, apesar de ambos produzirem centenas de filmes falados em suas línguas africanas. No caso da Nigéria, quase todos os filmes adquiridos pela Netflix até o momento são falados em sua maior parte em inglês, em consonância com o projeto local da Nova Nollywood, que tem como uma de suas estratégias de internacionalização o uso deste idioma. Não se pode afirmar que a estratégia permanecerá a mesma ao longo do tempo de investimento futuro da Netflix sobre o audiovisual africano, até porque existem, como se sabe, filmes africanos falados em outras línguas no portal, tanto originais Netflix, como *Atlantique* (de Mati Diop, França/Senegal/Bélgica, 2019), quanto licenciados sem exclusividade, como *Resgate* (de Mickey Fonseca, Moçambique, 2019), e todas essas escolhas geram números a partir dos quais a Netflix irá pautar suas próximas ações.

Os dois filmes citados são casos interessantes, pois, mesmo sendo parte do contexto das cinematografias da África, aparecem não só como exceção na plataforma, mas separados da coleção de filmes africanos – em sua maioria nigerianos e sul-africanos. *Atlantique* representa outro tipo de valor para a Netflix: ganhou prêmio no Festival de Cannes em 2020 e chamou atenção por ter sido o primeiro filme dirigido por uma mulher negra a ser considerado para a categoria de maior consagração do festival. Uma vez que a equipe da plataforma percorre os maiores festivais internacionais de cinema anualmente com o objetivo de captar novos produtos, o longa de Mati Diop foi uma aposta em seu valor simbólico específico, além de, claro, dialogar com a curadoria de África da Netflix. O longa é falado em wolof, uma das línguas originais do Senegal, o que se configura em uma exceção importante quando pensamos na coleção de filmes africanos da plataforma, mas a trama do filme acontece sob um contexto de movimentos migratórios de pessoas africanas em direção à Europa, assunto muito relacionado à imagem de África pelo Ocidente, especialmente quando se trata das péssimas condições de sobrevivência dessas pessoas nas travessias ilegais. Nesse sentido, se pensamos na coleção de filmes a partir do quesito “universo temático”, *Atlantique* não está tão deslocado.

O caso de *Resgate* foi mais surpreendente, uma vez que a oferta de filmes dos países africanos de língua oficial portuguesa nos festivais internacionais de cinema (e mesmo em outros espaços de difusão) é muito pequena, sendo raro que algum título tenha destaque suficiente para chamar a atenção de um serviço como a Netflix. O longa moçambicano havia

percorrido poucos festivais e teve alguma circulação no continente africano quando a Netflix anunciou a estreia do filme no portal em julho de 2020. O lançamento acabou sendo adiado por algumas semanas por conta da decisão da plataforma de dublar o filme para o inglês, justificando a ação como uma estratégia para alcançar mais públicos ao redor do mundo, decisão que foi comemorada pela equipe do filme (TSANDZANA, 2020). *Resgate* é uma trama de gênero (suspense, policial, crime) que gira em torno da luta do protagonista para se afastar de grupos de sequestradores atuantes na região onde mora.

A língua dos filmes licenciados pela Netflix é, como evidencio ao longo da argumentação, uma questão fundamental para qualquer análise que busque entender a atuação do serviço como produtora e difusora de conteúdos africanos para públicos globais. Se consideramos o contexto de imensa diversidade de temáticas, gêneros, formatos e línguas das cinematografias africanas contemporâneas, o recorte desses aspectos feito pela Netflix é um indicador de suas escolhas como curadora de filmes e séries africanas.

6.2 Caminhos para futuros possíveis

Na aliança entre África e Netflix, o que pode parecer um “casamento perfeito” guarda uma relação atravessada por aspectos com os quais os realizadores da Nova Nollywood não costumavam lidar: a dependência do capital econômico de uma empresa multinacional que detém o poder de decisão sobre os conteúdos que produz e difunde, bem como a construção de uma ideia de África para a qual contribuem somente de forma indireta, sem nenhum tipo de controle. Se pensarmos nos filmes nigerianos originais Netflix (não só os analisados aqui, mas todos os outros títulos que já se encontram no catálogo do serviço¹⁴⁰), a Nova Nollywood está, portanto, em uma posição central entre a Nollywood e a Netflix.

Com relação à primeira, havia um gesto de dissidência da Nova Nollywood, como vimos em capítulos anteriores: a proposta era se afastar da informalidade e do amadorismo e ocupar outros espaços de consagração do cinema, como festivais internacionais e salas comerciais de cinema na Nigéria e em todo o mundo. Isso garantia autonomia à Nova Nollywood, uma vez que não precisava responder às lógicas internas de Nollywood. Quando a Netflix passa a atuar nesse cenário, altera de forma considerável a paisagem, ignorando Nollywood e, ao mesmo tempo, retirando da Nova Nollywood sua autonomia e seu gesto de dissidência dentro das indústrias do cinema nigeriano e africano. Ao acolher os filmes nigerianos em seu catálogo, a plataforma imediatamente os insere em um projeto de difusão de

¹⁴⁰ Até a conclusão da escrita desta tese; ver Apêndice A.

conteúdos audiovisuais pensados para audiências globais, e com isso os agentes criativos da Nova Nollywood passam a ser dependentes das lógicas internas da Netflix, a qual assume o lugar de sua maior investidora – tanto em termos de produção como de difusão/licenciamento de obras.

Os filmes nigerianos (e de outros países africanos) que não estão no catálogo da empresa têm relevância, então, no sentido de revelarem o que a Netflix entende como “cinema nigeriano” ou mesmo “cinema africano” disponível para públicos de todo o mundo e o que não se adequa a esse projeto. A língua é importante nesse sentido, uma aposta evidente na ideia do inglês como idioma universal, uma escolha que garante que os filmes nigerianos sejam consumidos pelos mais diversos países sem causar tanto estranhamento. Da mesma forma, os títulos que se afastam de uma narrativa mais clássica do cinema ou mesmo de marcadores de gênero, cujos realizadores são reconhecidos como autores em espaços específicos de consagração no campo cinematográfico, em geral não aparecem no catálogo global da Netflix, ainda que tenham sido exibidos em festivais internacionais importantes, como os de Toronto e Berlim. Entre eles, está, por exemplo, o longa-metragem *Eyimofe (Esse é o Meu Desejo)*, ou *Eyimofe (This Is My Desire)* (2020), de Arie Esiri e Chuko Esiri, que estreou mundialmente na Berlinale e passou a integrar a Criterion Collection em 2022.

Um dos dilemas dessa relação se encontra no fato de a Nova Nollywood abrir mão do que necessariamente a fez nascer: o abandono das telas pequenas e o investimento na lógica do cinema, ausente no universo de Nollywood. Se, por um lado, a Netflix garante que os filmes nigerianos alcancem públicos de todo o mundo e que os realizadores e produtores tenham mais lucro do que jamais tiveram em receita de salas comerciais de cinema ou em festivais, por outro, as obras permanecem relegadas às telas pequenas da televisão, do computador e mesmo do celular. Ainda, se, por um lado, o financiamento de produções pela Netflix pode manter a indústria funcionando com muito mais recursos e qualidade técnica, por outro, a liberdade criativa passa a ser negociada com os interesses da empresa quando se trata do seu projeto curatorial de África para audiências globais.

Em última instância, a aliança entre Nova Nollywood e Netflix faz com que a primeira se aproxime de um contexto familiar às cadeias de produção audiovisual dos outros países africanos, especialmente aqueles de língua oficial francesa, cujas produções dependem fortemente do incentivo econômico de França, Bélgica e Alemanha, para citar alguns dos países europeus que investem em filmes africanos ainda hoje. A conjuntura revela, portanto, que a entrada da Netflix na África não colabora para o processo de autonomização do campo (BOURDIEU, 1996) dos cinemas africanos, tampouco representa uma atitude decolonial

(MALDONADO-TORRES, 2018), uma vez que os agentes criativos do audiovisual do continente continuam dependentes do campo do poder constituído por agentes como as instituições públicas e privadas da Europa e dos Estados Unidos.

A autonomia está em negociação também no âmbito dos tipos de narrativas licenciadas e comissionadas pela Netflix – e não só na Nigéria. Nesse sentido, as séries originais sul-africanas *Queen Sono* e *Sangue & Água* são construídas a partir de marcadores dos gêneros aos quais correspondem. Tendo investido na África do Sul como o primeiro país africano a desenvolver séries originais Netflix, faz sentido que as apostas da plataforma (especialmente em termos de produção a baixo custo e escolha de um time de profissionais renomados e experientes no país) tenham convergido para a segurança que os filmes e as séries de gênero dão a qualquer nova empreitada no meio audiovisual. A solução pareceu ser, portanto, no sentido de orientar os criadores de *Queen Sono* e *Sangue & Água* a dialogar com marcadores dos gêneros “séries de máfia” e “séries adolescentes”, respectivamente. Esse dilema, por sinal, é bem conhecido tanto pela África do Sul como pela Nigéria, em geral renegados pelas instâncias de consagração (africanas e não africanas) dos cinemas da África justamente por investirem em filmes de gênero, mas em relação à Netflix é justo o que lhes confere valor: os filmes de gênero africanos que conhecemos das experiências nigerianas e sul-africanas em geral correspondem aos gêneros codificados pelo audiovisual estadunidense, hegemônico e “clássico”.

Para colocar em perspectiva esse dilema da homogeneização das narrativas e como isso incide diretamente sobre a ideia de África e cinema africano à qual a Netflix busca se associar, ajuda convocar a experiência nigeriana. Em um experimento no qual exibiu filmes de Nollywood para audiências europeias, Babson Ajibade (2013) percebeu que o público não se interessava muito em acompanhar as histórias, até que apresentou versões editadas e remontadas dos filmes, o que ativou a curiosidade das mesmas pessoas. Sua conclusão foi a de que a distância entre audiências europeias e Nollywood não se dá por conta de um desconhecimento da cultura nigeriana, mas sim em função desse público não estar acostumado com a linguagem audiovisual do país africano, tão diferente da europeia. No mesmo artigo, o autor afirma que as audiências europeias e estadunidenses estão entre as que menos se interessam pelos filmes de Nollywood. A constatação pode reforçar o contexto estratégico de ação da Netflix ao investir em audiências como a brasileira, por exemplo, que tem uma relação de lugar de memória com a África, ou seja, um interesse mais afetivo do que crítico, e ao mesmo tempo em que negocia com públicos estadunidenses e europeus ao tornar as narrativas originais africanas mais próximas dos códigos de linguagem reconhecidos por esses públicos

hegemônicos, como vemos em *Queen Sono* e especialmente *Sangue & Água* (que reproduz todas as tramas e os personagens típicos das séries adolescentes estadunidenses), bem como nos três filmes nigerianos analisados aqui.

Existem, claro, muitas similaridades entre as narrativas nollywoodianas e as hegemônicas estadunidenses. Nollywood conquistou seu público interno com histórias cheias de estratégias de filmes de gênero, especialmente de comédia, melodrama e sobrenatural. Ainda que a discussão sobre gênero cinematográfico em Nollywood seja muito mais complexa e ofereça outros caminhos para além da comparação direta com os gêneros hollywoodianos (HAYNES, 2016), é essa relação direta que a Netflix suscita quando olhamos o catálogo da plataforma, bastante homogêneo no que diz respeito a gêneros e narrativas disponíveis nos cinemas africanos de uma forma geral. Em última instância, a Netflix está interessada no mais básico das narrativas nollywoodianas: filmes com apelo moral, narrativas “clássicas” no conceito que David Bordwell (1985) oferece ao termo, e obras com começo, meio e fim bem delineados e que evitam ambiguidades e finais abertos (MILLER, 2016). É como se, para a Netflix, um dos grandes dilemas dos cinemas africanos, aquele que diz respeito a um suposto binarismo entre cinema comercial e cinema de autor, simplesmente não existisse, uma vez que ela não está interessada em investir em filmes autorais quando entende que o êxito do audiovisual africano está na lógica massiva e industrial de Nollywood e de seus similares dentro do continente.

A discussão em torno da estética dos filmes de Nollywood sempre esteve no centro dos debates acadêmicos acerca da indústria nigeriana. Na verdade, trata-se de uma visão recorrente de que o fenômeno de Nollywood importa mais do que os filmes em si, uma vez que são todos “amadores” tanto em termos de linguagem como de narrativa¹⁴¹. Se, por um lado, muitos intelectuais nigerianos se sentem na obrigação de “corrigir” as representações problemáticas oferecidas por Nollywood para públicos africanos, não africanos e diaspóricos (KRINGS; OKOME, 2013), por outro, autores importantes como Manthia Diawara (2010) defendem que o aspecto que faz com que Nollywood sobreviva é justamente a curiosidade pela sua diferença. Binarismos construídos para desqualificar Nollywood face ao cinema de autor africano perdem força quando Diawara coloca as dimensões estética e industrial no mesmo nível de importância. Nesse contexto, a Netflix parece negociar com todos os dilemas enfrentados, sem deixar de adicionar aquele que lhe é crucial: quais tipos de narrativas podem ser (ou a empresa fará com que possam ser mais facilmente) consumidas por públicos diversos ao redor do mundo? A

¹⁴¹ Em outra ocasião, defendi uma discussão de Nollywood a partir da análise fílmica imanente do filme *Green White Green* (ESTEVEVES, 2019).

negociação acontece quando a plataforma recruta os mais relevantes e experientes nomes da indústria da Nova Nollywood (ou seja, agentes que já têm *expertise* na produção e na difusão de conteúdos nigerianos nos cinemas e na televisão da Nigéria e de outros países da África) e os insere em um processo de construção de narrativas orientado e monitorado, como vimos.

Ao mesmo tempo, não se pode esquecer que trato aqui somente dos conteúdos originais Netflix em função de sua natureza de licenciamento de exclusividade e/ou produção comissionada. Digo isso porque o projeto da Netflix para o audiovisual africano também tem suas estratégias regionais voltadas exclusivamente para o público da África. São muitos os títulos africanos (nigerianos, mas não só) que são licenciados para o catálogo disponível somente para os países africanos, o que me leva a entender que esses não se adequam ao projeto global da Netflix. O perfil @naijaonnetflix no Instagram divulga os lançamentos a cada semana, e são muitos os filmes que não estão disponíveis fora do continente, mas que no contexto dos cinemas africanos têm muita relevância. Um exemplo é o longa-metragem *Para Maria / Ebum Pataki* (*For Maria / Ebum Pataki*, 2020), dirigido pelo nigeriano Damilola Orimogunje, que conta a história de uma mulher que sofre depressão pós-parto e tem um final impactante. Com uma fotografia declaradamente inspirada no cineasta chinês Wong Kar-Wai, o longa tem uma estética completamente diferente do que se espera de um filme nigeriano, podendo ser considerado autoral, de arte. O título, que é o primeiro longa de Orimogunje, estreou na Netflix Africa em 16 de janeiro de 2022 e teve grande impacto junto ao público e à crítica¹⁴², especialmente na Nigéria, a despeito de ser tão diferente dos filmes que costumam ser licenciados pela plataforma em nível global. Assim como *Para Maria / Ebum Pataki*, existem muitos outros filmes que, ao longo dos últimos sete anos, não ultrapassaram o bloqueio local, como *M de Menino* (*B for Boy*, um drama nigeriano de 2013 sobre uma mulher que entra em desespero quando tem um aborto espontâneo, dirigido por Chika Anadu), *Kasala!* (uma comédia adolescente dirigida pela nigeriana Ema Edosio, de 2018) e, mais recentemente, o documentário *Bigger than Africa* (2018), do nigeriano Toyin Ibrahim Adekeye, e o musical *Àyínlá* (2021), dirigido pelo prestigiado diretor Tunde Kelani, todos licenciados somente para a África. Em comum, esses filmes tiveram longas trajetórias em festivais internacionais de cinemas africanos, diferente da maioria dos títulos do catálogo global da Netflix.

¹⁴² Na rede social de críticas de cinema, a Letterboxd, podem ser encontrados os mais diversos comentários sobre o longa e a importância de tê-lo no catálogo da Netflix (FOR MARIA..., 2020). Outras críticas positivas são encontradas no site Afrocritik (NWAJIAKU, 2022) e no Daily Trust (MOVIE REVIEW..., 2022).

6.3 Limites de um suposto pioneirismo

A seleção regional de títulos africanos pode ser, por um lado, somente uma questão econômica relativa à negociação de direitos de licenciamento, uma vez que nem sempre distribuir um filme somente em uma plataforma pode dar um retorno atrativo às agências e aos produtores e realizadores africanos – que cada vez mais se apropriam das informações sobre os valores de mercado internacionais¹⁴³. Por outro, é possível que se trate também de uma diretriz curatorial, e tendo a acreditar que, até o momento, esse é o caso mais provável, uma vez que, como vimos ao longo desta tese, os filmes licenciados como originais Netflix estão todos relacionados em uma grande coleção de títulos *Africa-related*. No entanto, isso não quer dizer que será sempre assim. É possível que a curadoria do portal esteja constantemente pensando em novas estratégias construídas a partir dos inúmeros modos de contabilizar o impacto do licenciamento desses títulos local e globalmente: quantidade de horas de *stream* em cada região e na semana da estreia, quantidade de horas de *stream* ao longo de outros períodos específicos, resenhas críticas em diversos tipos de veículos, repercussão nas redes sociais de públicos estratégicos de interesse, nível de demanda por títulos semelhantes dentro do portal, repercussão da insatisfação de usuários de países onde os filmes não estão disponíveis, entre muitos outros. Mas isso é algo que só poderemos compreender em alguns anos.

Ao considerar essa conjuntura, penso nas entrevistas da série *Da África para o Mundo* com os agentes criativos africanos da Netflix que mencionei na introdução deste trabalho, especialmente em como a ideia de pioneirismo aparece em tantas falas – em particular, na de Dorothy Ghattuba quando afirma que as histórias africanas “não foram contadas dessa forma antes. Não por nós, sempre tivemos nossas histórias contadas por outras pessoas, mas desta vez podemos contar nossas histórias de dentro para fora” (MADE BY AFRICANS...FEMALE LEADS, 2020, 5min55s, tradução nossa). Se nos referirmos à condição de inexistência de um cinema africano no período pré-colonial e durante a colonização, entendemos com clareza a fala de Ghattuba, mas é importante pontuar que estamos tratando aqui do cinema contemporâneo. Como vimos, as cinematografias africanas começaram a tomar forma no pós-independências, e desde então muitos realizadores e realizadoras passaram a tomar controle das narrativas sobre si. A falta de incentivo dos novos governos africanos no cinema e na cultura de forma geral levou a uma situação de dependência dos antigos colonizadores, a qual persiste até hoje e acaba por muitas vezes direcionar o conteúdo dos filmes e suas dinâmicas de

¹⁴³ Em matéria sobre a relação entre a Netflix e a África, o crítico nigeriano Wilfred Okiche dá algumas pistas sobre os valores de licenciamento aplicados nos países africanos, no Reino Unido e na Coreia do Sul, por exemplo (OKICHE, 2021).

distribuição em festivais, salas comerciais e plataformas de *streaming*. Por conta dessa deficiência histórica, o campo dos cinemas africanos segue lutando por autonomia, ao mesmo tempo em que continua lidando com as demandas externas – sempre daqueles que ocupam o campo do poder.

Sob essa perspectiva, é muito fácil refutar a fala de Dorothy Ghattuba, mesmo que saibamos que ela se pronuncia a partir de um lugar institucional. Inclusive, por isso mesmo a afirmação se torna ainda mais complexa, uma vez que faz parte da construção de um discurso da e sobre a Netflix, como se ela fosse o meio através do qual, *pela primeira vez*, os africanos pudessem contar as suas histórias de forma livre e diferente do que acontecia nos tempos de colônia. Se existe algum pioneirismo, podemos identificá-lo talvez nas falas de Mo Abudu e Akin Omotoso, que defendem que a Netflix oferece aos realizadores africanos a oportunidade de o mundo ver os filmes africanos de uma forma que nunca viu antes. De fato, essa continua sendo a grande vantagem e a maior relevância da entrada do portal no campo do audiovisual africano, notadamente por contribuir para o aumento de sua visibilidade em quase todo o mundo e de forma acessível. O pioneirismo, portanto, não está no fato de “dar voz” aos africanos, mas de abrir uma janela de difusão em nível global nunca antes acessada pelos realizadores do continente. No entanto, como também constatei ao longo desta pesquisa, essa visibilidade está condicionada a uma ideia de África que reforça estereótipos e reitera, mesmo que indiretamente e com a “colaboração” dos próprios africanos, imagens do continente africano que alimentam o fetiche da pobreza, das guerras, das doenças e da savana.

No que tange às questões de produção, não é possível falar sobre ineditismo ou pioneirismo. Como demonstrei ao longo da tese, especialmente no capítulo de análise dos filmes nigerianos, a Netflix assume, na Nigéria, o lugar que a França tem até hoje em países como o Senegal e outras de suas ex-colônias: de poder de decisão e poder econômico. Em uma estrutura de negócios como a que rege a Netflix, não existe espaço para autonomia pura dos agentes criativos contratados, mas somente um processo de negociação de interesses das duas partes e que pode ou não envolver liberdade criativa. Da mesma forma que o governo francês, por exemplo, concede diversas modalidades de apoio e incentivo ao cinema africano, tornando possível a própria existência dos filmes, a Netflix oferece condições de produção aos realizadores nigerianos que aumentam consideravelmente seu nível de qualidade. A França, no entanto, exerce seu poder sobre esse cenário ao controlar a escolha das histórias que merecem ser contadas ou não, ao mesmo tempo em que não oferece nenhum incentivo à exibição desses filmes em salas comerciais francesas, relegando as produções a exibições na TV5. A Netflix, por sua vez, exerce um poder da mesma natureza ao criar um espaço de difusão muito caro aos

realizadores africanos, mas disponível somente para aqueles filmes que atendem às demandas das “audiências globais”, que, como vimos, corresponde a um comportamento ocidental hegemônico nunca colocado em questão pela Netflix ou pelos agentes criativos da África. O cenário que temos, portanto, é de dependência permanente dos países do Norte Global, situação que caracteriza os cinemas africanos desde o seu surgimento nos anos 1960, limitando as formas possíveis de se fazer cinema no continente, bem como de difusão desses conteúdos em espaços os mais diversos, concedidos somente aos que se enquadram nos critérios ocidentais.

É interessante pensar em como a Netflix, com sua proposta econômica de nível global, mobiliza, assim, muitos dos dilemas dos cinemas africanos desde o seu surgimento, ao mesmo tempo em que cria outros: quais são os filmes africanos considerados merecedores de reconhecimento para entrar no catálogo da Netflix? Os estigmas de “filme de arte” ou “filme amador” são desestabilizados pelo “selo de qualidade Netflix”, sendo possível pensar em novos públicos globais para os cinemas africanos? Estar no catálogo da Netflix significa que os “filmes africanos” passarão finalmente a ser só “filmes”? Essas e muitas outras perguntas seguem abertas para discussão, bem como aquelas relativas ao papel mediador dos festivais de cinema, aos modelos de produção ao longo desses pouco mais de 60 anos de existência dos cinemas da África e às abordagens críticas sobre essas produções na academia e na crítica (SERAFIM; ESTEVES; LIMA, 2019), além dos questionamentos referentes aos horizontes de expectativas sobre esses filmes, especialmente no Ocidente – incluindo aqui os públicos afrodiáspóricos.

A Netflix hoje se configura como um espaço de exibição possível tanto para Nollywood como para os filmes africanos autorais, mas aposta com muito mais força no primeiro, reforçando, talvez sem nem ter consciência, a distância que existe entre esses dois universos dos cinemas africanos, que só se encontram no ambiente acadêmico, mas nunca nos espaços de exibição (KRINGS; OKOME, 2013). Como discuti no terceiro capítulo, a entrada da Netflix na África diminui a distância entre os modos de se fazer filmes na Nigéria e no resto do continente, colocando todos no mesmo lugar de dependência e ausência de autonomia, que se desdobra em diversos impedimentos e restrições durante todas as fases de produção e difusão de filmes africanos na África e no mundo. Do ponto de vista decolonial, a aliança com a Netflix representa muito mais um retrocesso do que um avanço, uma vez que o poder de decisão dos agentes criativos sobre as obras produzidas nunca está inteiramente nas mãos dos africanos, tendo estes que sempre negociar com os interesses ocidentais.

7 CONCLUSÕES

Fazer uma pesquisa sobre um fenômeno em emergência envolve desafios relacionados à possibilidade de grandes transformações de tal fenômeno nos anos subsequentes, mas ao mesmo tempo consolida um pensamento sobre este momento inicial, tão importante para entender os próximos desdobramentos. Esta tese buscou precisamente oferecer uma análise do início do relacionamento entre África e Netflix, à luz do campo do audiovisual nigeriano e do impacto dessa aliança sobre as dinâmicas de produção e difusão dos cinemas africanos de uma forma geral. Ao longo do desenvolvimento desta pesquisa, a Netflix realizou diversas novas ações de investimento no audiovisual africano, especialmente no campo da produção. Parcerias foram feitas com instituições africanas no sentido de estimular a criação de histórias para roteiros de séries de TV, bem como de roteirização e produção de curtas-metragens de novos talentos. Além disso, o portal continua periodicamente licenciando novos títulos nigerianos e sul-africanos, muitos com contrato de exclusividade (“originais Netflix”). Ainda estamos por ver o impacto dessas ações sobre o campo em formação dos cinemas africanos a longo prazo, mas algumas conclusões iniciais são possíveis no momento.

A primeira é que a Netflix não é “vilã”, tampouco o cinema africano é “mocinho”. Tal dicotomia não tem lugar na argumentação desta tese. As relações estabelecidas entre as duas partes, do ponto de vista teórico adotado aqui, reforçam o lugar histórico de invisibilidade e de subalternidade da África com relação aos impérios e às ex-metrópoles. Com a ajuda especialmente de Walter Mignolo (2020), espero ter deixado evidente como se deu a aplicação de um projeto global, já largamente adotado pela Netflix, nas histórias locais do audiovisual africano, considerando todos os aspectos contextuais pertinentes à análise desse fenômeno. Quando falo de histórias locais, não trato apenas das tramas e histórias contadas nos filmes e séries, mas na própria perspectiva dos africanos e de sua diferença colonial: suas formas específicas de contar histórias, sua concepção do cinema como arte e/ou como entretenimento, sua relação com o público dos mais diversos países do continente e suas lógicas de distribuição internas e internacionais. A Netflix mobiliza essas lógicas quando implementa seu projeto global ao investir em uma ideia de África construída com insumos das produções locais. A empresa, portanto, foi aqui analisada como esse fator de desestabilização de um contexto de produção e difusão que vem historicamente de um lugar de invisibilidade e ausência de autonomia, no qual o serviço propõe uma espécie de revolução quando na verdade somente reitera o lugar de poder do Ocidente sobre a África.

Dito isso, é importante ressaltar a posição da Netflix como um serviço cujas diretrizes econômicas e comerciais são declaradas, de modo que questioná-las seria impertinente, pelo

menos no âmbito desta pesquisa. O objetivo da empresa é aumentar o número de assinaturas em todo o mundo, tornando-se líder no consumo de conteúdo em *streaming*, e para isso investe em estratégias multinacionais (LOTZ, 2021), como vimos ao longo do texto, entre elas o relacionamento próximo com o campo audiovisual de países e regiões específicas, bem como a produção de conteúdo voltado para nichos que demandam representatividade em contextos contemporâneos de produção de imagens e representações (BIANCHINI; CAMIRIM, 2019). Em termos de estratégia econômica, a Netflix vem sendo não só bem-sucedida, mas também consolidada como referência entre os públicos e os seus concorrentes, sendo hoje ainda a plataforma mais acessível para audiências de todo o planeta – ainda que, muito recentemente, tenha declarado uma queda significativa no número de assinantes no último ano (CAPUANO, 2022), o que pode ser sintoma de uma série de fatores, especialmente o aumento da concorrência.

Nesta tese, no entanto, questionei-me a todo momento qual é o impacto dessa lógica econômica e curatorial da Netflix sobre os cinemas africanos. A mesma lógica operacionalizada em países como os Estados Unidos ou a França, por exemplo, quando aplicada à Nigéria resvala em questões que só fazem sentido no contexto africano e em sua dimensão histórica. Por reconhecer isso, fiz um esforço de contextualizar não só Nollywood e a Nova Nollywood, mas também os cinemas africanos de uma forma geral, no intuito de tensionar o discurso da Netflix sobre “dar voz” aos africanos e, mais importante, de mudar o cenário de produção e difusão de filmes africanos para uma condição melhor do que a existente até então. Questionar as ações da Netflix sobre a África só faz sentido se pensarmos a partir da diferença colonial e da colonialidade do poder, de modo a evitar comparações com a lógica dessas mesmas ações da plataforma em países do norte.

Não existe, portanto, um problema *a priori* em a Netflix encomendar filmes e/ou séries de nomes já consagrados da indústria audiovisual – como a estadunidense Shonda Rhimes, por exemplo. A questão se coloca quando começamos a pensar sobre como um nome se torna consagrado no campo audiovisual no qual a Netflix hoje se encontra em posição de poder. Os mesmos caminhos, trajetórias e critérios de uma Shonda Rhimes não podem ser considerados equivalentes aos de Mo Abudu, pois as duas vêm de lugares bastante distintos (e atuam em condições quase díspares), e o impacto da entrada da Netflix nas indústrias onde elas estão inseridas é totalmente diferente. Essa análise só foi possível graças à contribuição teórico-metodológica de Pierre Bourdieu (1996) e às ferramentas que permitem a compreensão das relações e disputas que tornam possível a formação de um campo social. Contextualizar as dinâmicas internas do campo de produção audiovisual da Nigéria foi imprescindível para

entender onde a Netflix se insere e como essa entrada muda a paisagem das relações e disputas desse campo, bem como o lugar da empresa como agente do campo do poder que atua nessa conjuntura, reforçando uma relação baseada na colonialidade.

Nesse sentido, as contribuições de Walter Mignolo (2020), Achille Mbembe (2019) e Felwine Sarr (2019) foram fundamentais para tensionar as questões em torno da construção de imagens da África a partir de uma perspectiva ocidental. Em defesa de novas formas de pensamento que vejam os “condenados” como referência da experiência do mundo, os três autores deram base a uma discussão teórica em torno do projeto global da Netflix e do modo como tal projeto impacta diretamente as dinâmicas internas do campo dos cinemas africanos, que luta até hoje por uma autonomia que não chegou com a entrada do portal. Ainda que “contadas pelos africanos e assistidas pelo mundo inteiro”, para citar o vídeo que analisei na introdução da tese, as narrativas são construídas dentro de uma conjuntura de exercício da colonialidade do poder, o que permite que o controle da Netflix sobre o audiovisual africano seja exercido de forma negociada, sem maiores conflitos.

Ao longo da tese, defendi que a Netflix pode ser analisada como um serviço que promove uma curadoria de filmes e séries (LOTZ, 2017; SOUTO, 2019, 2020), e não somente um portal com um catálogo de títulos escolhidos de forma aleatória. Isso significa que todos os investimentos da empresa giram em torno de uma proposta curatorial para cada seção ou nicho de interesse e que, se observarmos as coleções de filmes licenciados como “originais Netflix”, fica evidente a construção de discursos sobre determinados conjuntos de filmes. Defendi igualmente que esse gesto curatorial forma uma ideia de África que se fortalece com a entrada oficial do serviço na Nigéria, como difusora e produtora, no ano de 2018, quando escolheu três títulos nigerianos para licenciar com exclusividade. Ao analisar esses três longas-metragens em conjunto, ficou evidente um investimento em histórias de mulheres africanas que sofrem algum tipo de violência na África contemporânea, em narrativas clássicas e com convenções de diversos gêneros, além de serem filmes falados majoritariamente em inglês. Se considerados em uma coleção ainda maior de filmes originais Netflix com temas relacionados à África, faz ainda mais sentido que estejam disponíveis para audiências globais narrativas mais facilmente reconhecidas por públicos ocidentais, além de reforçarem uma série de estereótipos que há séculos são criados e disseminados sobre o continente e seus habitantes.

Acredito que esse seja um dos pontos principais da discussão levantada aqui. A relação entre África e Netflix pode reservar surpresas, mas por ora o que posso concluir é que o investimento em narrativas hegemônicas e estereótipos e a recusa a qualquer elemento (narrativo ou cultural) que cause estranhamento aos “públicos globais” são as diretrizes do

projeto da Netflix sobre o audiovisual africano. Algumas pistas já são dadas nesse sentido, como o concurso de curtas-metragens *African Folktales, Reimagined*¹⁴⁴, lançado pela Netflix em parceria com a UNESCO em outubro de 2021, no qual as instituições propuseram que jovens cineastas da África subsaariana inscrevessem ideias de roteiro para “histórias africanas” que são passadas de uma geração para a outra através da tradição oral. Os vencedores da competição serão treinados e orientados por profissionais do setor e receberão um orçamento de produção de 75 mil dólares para criar curtas-metragens que estrearão na Netflix em 2022, em formato de antologia.

Apesar de o concurso focar em uma palavra tão complicada como “tradição”, a Netflix aceitou propostas de todos os países abaixo do Saara e em diversas línguas – inclusive, o site oficial do projeto é trilingue: está disponível em inglês, francês e português, os três idiomas coloniais. A Netflix Africa produziu uma série de vídeos promocionais para divulgação da chamada de inscrições, dos semifinalistas e dos seis finalistas em seu canal do YouTube. Chama atenção um em especial, onde os 21 semifinalistas aparecem em vídeos gravados por eles mesmos onde respondem perguntas como: “qual é sua viagem dos sonhos?”; “qual é a maior curiosidade sobre a cultura no seu país?”; e “qual é seu filme favorito?”, revelando uma diversidade de línguas, sotaques, países e repertórios cinematográficos. O comitê de seleção foi formado por profissionais do audiovisual africano e da Netflix, mas os seis finalistas são quase todos (exceto um) de países de língua oficial inglesa: Nigéria, África do Sul, Quênia, Tanzânia e Uganda – o outro é da Mauritânia. Duas das questões que tensionei aqui na tese aparecem mais uma vez: o investimento em estereótipos, ao incentivar a produção do que a Netflix e a UNESCO entendem como tradição e oralidade no contexto cultural africano, limitando a participação e a entrada de agentes criativos interessados em contar outros tipos de história (o que leva à segunda questão); a falta de autonomia e a dependência do Ocidente para a realização de projetos audiovisuais. Além disso, a questão linguística é mais uma vez reduzida ao inglês – a não ser que os projetos selecionados sejam realizados em outras línguas africanas, resultado que só veremos no futuro.

Outra iniciativa que merece atenção futura é a parceria entre a Netflix e o Realness Institute, um programa de residência voltado para profissionais do cinema de todo o continente africano, nas áreas de roteiro e produção. Com base na África do Sul e direção de uma equipe quase totalmente africana (inclui um brasileiro residente no país, Elias Ribeiro), o Realness oferece desde 2016 formação de realizadores africanos que inclui inserção no mercado

¹⁴⁴ Todas as informações sobre o concurso, como chamada, critérios, comissão de seleção, FAQ, *short-lists* e finalistas, estão disponíveis em: <https://www.netflix-growcreative.com/unesco/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

internacional de cinema, tornando-se referência no incentivo ao cinema da África vindo do próprio continente e conectado com o mundo (REALNESS INSTITUTE, c2022). Em 2021, a Netflix se uniu a dois programas da Realness: o Episodic Writers Lab, com foco na África do Sul, Quênia e Nigéria, e o Development Executive Traineeship, para candidatos em toda a região da África subsaariana (REALNESS INSTITUTE, 2022). No primeiro programa, roteiristas são selecionados com base em suas ideias de séries para desenvolver os projetos com orientação de especialistas em roteiro e produção e, ao final do processo, apresentar o resultado à Netflix, que poderá financiar o desenvolvimento da série. No segundo projeto, os produtores selecionados acompanham o processo de desenvolvimento das séries dos roteiristas, mergulhando em uma formação profissional para lidar com diversas instituições do mercado do audiovisual.

O interessante aqui é o movimento da Netflix em se associar ao Realness Institute, cuja reputação no campo dos cinemas africanos é muito alta, tendo sido direta ou indiretamente responsável pela criação, o desenvolvimento e a produção de importantes filmes africanos dos últimos anos, com projeção internacional, como *Os Iniciados (Inxeba)*, de John Trengove, (2017) e *Isso Não É Um Enterro, É Uma Ressurreição (This Is Not a Burial, It's a Resurrection)*, de Lemohang Jeremiah Mosese, (2019). Entre suas turmas desde 2016, estão nomes relevantes do cinema africano contemporâneo, como Lemohang Jeremiah Mosese (Lesoto), Rama Thiaw (Senegal), Fradique (Angola), Kantarama Gahigiri (Ruanda), Hajooj Kuka (Sudão), Iman Djonne (Senegal) e Silas Miami (Quênia), entre muitos outros. A reputação do Realness pode significar um gesto da Netflix de expandir seu envolvimento com a produção audiovisual africana para além da Nigéria, da África do Sul e do Quênia, além de lhe garantir mais uma forma de incentivar a produção de roteiros com o mínimo de qualidade que a sua equipe espera. O conflito está naquilo que a Netflix considera uma “história africana” interessante, uma vez que, claramente, o investimento da Realness em públicos globais não é da mesma natureza do da empresa estadunidense, considerando que o instituto se dirige à festivais internacionais de cinema e à distribuição comercial pelo mundo. Somente o futuro irá dizer quais filmes e quais profissionais surgirão dessas iniciativas de incentivo e fomento da nova geração dos cinemas africanos, bem como o lugar que a Netflix irá ocupar nesse campo através do tempo.

Por fim, existem muitos materiais audiovisuais hoje produzidos pela Netflix na mesma linha daquele que analisei na introdução desta tese e que renderiam importantes análises sobre como tal recurso apoia a curadoria de África da Netflix e busca interpelar os públicos estratégicos os quais a empresa está buscando conquistar. Em dezembro de 2021, o portal lançou a campanha *Nollywood is Home*, um vídeo de dois minutos e 14 segundos com uma

montagem de vários títulos nigerianos hospedados na plataforma, anunciando novos projetos por vir. À época, lançamentos como *Papai Poderoso 2: Tudo ou Nada* (*Chief Daddy 2: Going for Broke*, de Niyi Akinmolayan, 2021), *Uma Esposa de Natal* e *Glamour Girls* (de Bunmi Ajakaiye, 2022) estavam criando expectativa entre os nigerianos, e a Netflix lançou a campanha em um mês importante para as salas de cinema do país, um dos períodos mais lucrativos do ano. O final do vídeo mostra o texto “Nollywood is home on Netflix” (NOLLYWOOD IS HOME..., 2021, online, 1min51s) – Nollywood está em casa na Netflix –, seguido de uma chamada para o público baixar o aplicativo e assinar o serviço. Muitas outras campanhas foram lançadas ao longo dos últimos quatro anos, sendo a última que pude registrar aqui uma homenagem ao Dia Mundial da África, 25 de maio. Intitulado *From Cape to Cairo* (“da Cidade do Cabo até o Cairo”, referindo-se a uma cidade no sul e outra no norte do continente africano), o vídeo tem como descrição: “Celebrando os filmes, a música, a dança, a *vibe* e o amor. Celebrando a África, onde a magia acontece. #AfricaDay” (FROM CAPE..., 2022, online, tradução nossa¹⁴⁵), com o ícone de um globo entre o final da frase e a *hashtag*. A estratégia, que dialoga com as dinâmicas locais de difusão de filmes nos cinemas, mostra a habilidade da Netflix em mobilizar seu público de interesse, além de oferecer insumos interessantes para uma análise mais apurada que observe o impacto dessas comunicações sobre os tipos de filmes e narrativas africanas licenciados pela Netflix ao longo de sua atuação no continente.

Gostaria de terminar citando o título de um artigo escrito pelo crítico nigeriano Wilfred Okiche, na ocasião em que analisa a entrada da Netflix na Nigéria: “A Netflix não é a salvação da qual Nollywood precisa” (OKICHE, 2021, tradução nossa¹⁴⁶). Por mais que nem todos os seus argumentos se alinhem ao que busquei defender aqui, estou de acordo com o seguinte:

A empolgação inicialmente gerada pela entrada da Netflix em Nollywood agora foi substituída por uma percepção mais fria de que a Netflix não é uma espécie de salvadora, e a indústria precisa de muito mais do que dinheiro e olhos para prosperar. Por muito tempo, Nollywood – como a própria Nigéria – confiou-se na disfunção. E embora essa energia maluca tenha gerado algum sucesso, a era do *streaming* destacou as grandes lacunas nos modelos de distribuição disponíveis. Iniciativa e desenvoltura não substituem estruturas funcionais e duráveis. (OKICHE, 2021, online, tradução nossa¹⁴⁷).

¹⁴⁵ Original: “Celebrating the movies, music, food, fashion, dance, vibe and love. Celebrating Africa, where the magic happens. #AfricaDay”.

¹⁴⁶ Original: “Netflix isn't the savior Nollywood needs”.

¹⁴⁷ Original: “The excitement initially generated by Netflix’s entry into Nollywood has now been replaced by a cooler realization that Netflix isn’t some kind of savior, and the industry needs much more than money and eyeballs to thrive. For a long time, Nollywood — like Nigeria itself — has relied on dysfunction. And while this madcap energy has delivered some success, the streaming era has highlighted the large gaps in the available distribution models. Gumption and resourcefulness are no substitute for working, durable structures”.

Por essa mesma perspectiva, a Netflix não é a salvação da qual os cinemas africanos de um modo geral precisam, ainda que possa vir a ser uma aliada ou uma alternativa possível para ajudar a minimizar sua invisibilidade histórica. Esta tese buscou tornar evidente de que forma a Netflix tensiona essa longa e árdua luta dos cinemas africanos por autonomia, jogando luz sobre como a aliança fortalece e reitera práticas de colonialidade que permanecem operando nas relações sociais, econômicas, políticas e culturais na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

A LIÇÃO de Moremi. Netflix, [Los Gatos], 2020. 1 vídeo (151 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81294345>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ABRAHAM, Ifeanyi Great. Could Netflix have paid \$3.8 million for Genevieve Nnaji's #LionHeart? **Medium**, [São Francisco], 11 Jan. 2019. Disponível em: <https://medium.com/@IfeanyiAbraham/could-netflix-have-paid-3-8million-for-genevieve-nnajis-lionheart-46c45296e2e7>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ABUDU, Mo. **Oloture** – the truth. [S. l.], 12 Jan. 2021. Instagram: @moabudu. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CJ7qy2PIVuO/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ACHEBE, Chinua. **A educação de uma criança sob o protetorado britânico**: ensaios. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

ADEJUNMOBI, Moradewun. Neoliberal rationalities in old and new Nollywood. **African Studies Review**, Cambridge, v. 58, n. 3, p. 31-53, 2015.

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. 4. ed. São Paulo: Nacional, 1987. p. 287-295.

AFOLABI, Taiwo; OKPADAH, Stephen. Film and cultural diplomacy in post-colonial Africa: Nollywood and the Nigeria cultural policy. In: AFOLABI, Taiwo; OGUNNUBI, Olusola; UKUMA, Shadrach (ed.). **Re-centering cultural performance and orange economy in post-colonial Africa**: diplomacy, soft power, and sustainability. 2022. No prelo.

AJIBADE, Babson. Nigerian videos and their imagined Western audiences: The limits of Nollywood's transnationality. In: KRINGS, Matthias; OKOME, Onookome (ed.). **Global Nollywood**: the transnational dimensions of an African video film industry. Bloomington: Indiana University Press, 2013. p. 264-284.

AKANBI, Yinka. EbonyLife TV discontinues video-on-demand platform. **The Culture Newspaper**, [Lagos], 23 Nov. 2020. Disponível em: <https://www.theculturenewspaper.com/ebonylife-tv-discontinues-video-on-demand-platform/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

AL-QASIM, Shakira. Genevieve Nnaji reacts as Oscar disqualifies 'Lionheart'. **Today**, [s. l.], 5 Nov. 2019. Disponível em: <https://www.today.ng/culture/film/genevieve-nnaji-reacts-oscar-disqualifies-lionheart-261591>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ALTMAN, Rick. **Los géneros cinematográficos**. Barcelona: Paidós, 2000.

AUMOUNT, Jacques; MARIE, Michel. **Análisis del film**. Barcelona: Paidós, 1990.

BAECQUE, Antoine de (org.). **La política de los autores**: manifiestos de una generación de cinéfilos. Barcelona: Paidós Ibérica, 2003.

BAMBA, Mahomed. O papel dos festivais na recepção e divulgação dos cinemas africanos. *In*: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: África. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. (Coleção Cinema no Mundo, v. 1). p. 77-104.

BAMBA, Mahomed. O(s) cinema(s) africano(s): no singular e no plural. *In*: BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (org.). **Cinema mundial contemporâneo**. Campinas: Papirus Editora, 2008. p. 215-231.

BAMBA, Mahomed. Do “cinema com sotaque” e transnacional à recepção transcultural e diaspórica dos filmes. **Palíndromo**, Florianópolis, v. 3, n. 5, p. 165-195, 2011.

BAMIDELE, Michael. Will Smith and Jada Pinkett Smith partners with Mo Abudu. **Guardian Nigeria**, [Lagos], 17 Feb. 2021. Disponível em: <https://guardian.ng/life/will-smith-and-jada-pinkett-smith-partners-with-mo-abudu/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

BARRETO, Rodrigo Ribeiro; SOUZA, Maria Carmem Jacob de (org.). **Bourdieu e os estudos de mídia**: campo, trajetória e autoria. Salvador: Edufba, 2014.

BARLET, Olivier. **African cinemas**: decolonizing the gaze. London: Zed Books, 2000.

BARLET, Olivier. **Contemporary African cinema**. East Lansing: Michigan State University Press, 2016.

BARROT, Pierre. **Nollywood**: the video phenomenon in Nigeria. Woodbridge: James Currey, 2008.

BAXANDALL, Michael. **Padrões de intenção**: a explicação histórica dos quadros. São Paulo: Editora Schwarcz, 2006.

BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GROSGOUEL, Ramón (org.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2018.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. 2. ed. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2013.

BIANCHINI, Maíra. **A Netflix no campo de produção de séries televisivas e a construção narrativa de *Arrested Development***. 2018. 219 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/28509>. Acesso em: 7 jun. 2022.

BIANCHINI, Maíra. Campo e estilo das séries ficcionais televisivas: notas metodológicas. **Humanidades & Inovação**, Palmas, TO, v. 7, n. 21, p. 9-25, 2020. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/4641>. Acesso em: 7 jun. 2022.

BIANCHINI, Maíra; CAMIRIM, Bárbara. Mais histórias, mais vozes: Netflix e a promessa da diversidade na tela. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São

Paulo, v. 17, n. 31, p. 156-166, 2019. Disponível em:

<http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/552>. Acesso em: 7 jun. 2022.

BORDWELL, David. **Narration in the fiction film**. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema**. Campinas: Papirus, 2008.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema: uma introdução**. Campinas: Editora da Unicamp; São Paulo: Edusp, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2. ed. rev. Porto Alegre: Zouk Editora, 2011.

CAPUANO, Amanda. Cancelamento e corte de gastos: o efeito da queda de assinantes na Netflix. **Veja**, [São Paulo], 2 maio 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/cancelamento-e-corte-de-gastos-o-efeito-da-queda-de-assinantes-na-netflix/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

CHAMBERLAIN, Collen. Understanding Netflix's foray into original productions in South Africa: a "jet plane" and "helicopter" view. In: MOTSAATHEBE, Gilbert; CHIUMBU, Sarah H. (ed.). **Television in Africa in the digital age**. Cham: Palgrave Macmillan, 2021. p. 39-57.

CHEN, Adeline. Kenyan Netflix exec on producing during the pandemic and amplifying Africa's creative potential. **CNN**, [Atlanta], 17 July 2020. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2020/07/16/africa/netflix-africa-dorothy-ghettuba-spc-intl/index.html>. Acesso em: 7 jun. 2022.

COUTO, Mia. Que África escreve o escritor africano? In: COUTO, Mia. **Pensatempos: textos de opinião**. Alfragide: Editorial Caminho, 2005.

CUBERO, Alejandra Val. Del *Home Video* al Nuevo Nollywood: La poderosa industria audiovisual en Nigeria. **Secuencias: Revista de Historia del Cine**, Madrid, n. 15, p. 41-56, 2015. Disponível em: <https://revistas.uam.es/secuencias/article/view/3811>. Acesso em: 7 jun. 2022.

DA ÁFRICA para o mundo | Netflix Brasil. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (2min23s). Publicado pelo canal Netflix Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IHX8ceQs0MY>. Acesso em: 7 jun. 2022.

DECA, Kelechi. Netflix opens office in Nigeria to invest in original contents. **African Heroes**, [Uyo], 27 Feb. 2020. Disponível em: <https://afrikanheroes.com/2020/02/27/netflix-opens-office-in-nigeria-to-invest-in-original-contents/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

DENORD, François. Campo do poder. In: CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice; HEY, Ana Paula; MEDEIROS, Cristina Carta Cardoso de (org.). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017. p. 75-77.

DIAWARA, Manthia. **African cinema: politics & culture**. Bloomington: Indiana University Press, 1992.

DIAWARA, Manthia; DIAKHATÉ, Lydie. **Cinema africano: novas formas estéticas e políticas**. Lisboa: Sextante, 2009.

DIAWARA, Manthia. **African film: new forms of aesthetics and politics**. Munich: Prestel Publishing, 2010.

DIAO, Claire, 2011. Festival de Cannes: quelle place pour les cinémas africains? **La revue des médias**, [Bry-sur-Marne], 25 mars 2011. Disponível em: <https://larevuedesmedias.ina.fr/festival-de-cannes-quelle-place-pour-les-cinemas-africains>. Acesso em: 7 jun. 2022.

DOVEY, Lindiwe. **Curating Africa in the age of film festivals**. New York: Palgrave Macmillan, 2015.

EBONYLIFE MEDIA. Welcome to EbonyLife Media. **EbonyLife Media**, Lagos, c2022. Disponível em: <https://ebonylifemedia.com/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

EBONYLIFE TV. Africa's first global black entertainment & lifestyle network. **EbonyLife TV**, [Lagos], 13 Aug. 2015. Disponível em: <http://ebonylifetv.com/africas-first-global-black-entertainment-lifestyle-network/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

EBONYLIFE TV. The EbonyLife TV legacy. **EbonyLife TV**, [Lagos], c2022. Disponível em: <http://ebonylifetv.com/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

EGBUNIKE, Nwachukwu. Doubts arise over Nigerian journalist's undercover human trafficking exposé. **Global Voices**, [Amsterdã], 13 Feb. 2014. Disponível em: <https://globalvoices.org/2014/02/13/doubts-arise-over-nigerian-journalists-undercover-human-trafficking-expose/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ESTEVEES, Ana Camila. Narrativas em disputa no cinema nigeriano: um olhar sobre Nollywood a partir de *Green White Green* (2016). **Revista Perspectiva Histórica**, Salvador, v. 13, p. 37-53, jan./jun. 2019. Disponível em: <http://perspectivahistorica.com.br/revistas/1563933859.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ESTEVEES, Ana Camila. Habitar o mundo, habitar as fronteiras - contextos de migrações/mobilidades nos cinemas africanos contemporâneos. In: ESTEVEES, Ana Camila; OLIVEIRA, Jusiele (org.). **Cinemas Africanos contemporâneos: abordagens críticas**. São Paulo: Sesc, 2020. p. 124-150.

ESTEVEES, Ana Camila; LIMA, Morgana Gama de. Abordagens possíveis para os cinemas africanos – questões de visibilidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 41, 2018, Joinville. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2049-1.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2022.

FANON, Frantz. **Os condenados da terra**. 2. ed. Lisboa: Livraria Letra Livre, 2021.

FOR MARIA Ebum Pataki. **Letterboxd**, [Auckland], 2020. Disponível em: <https://letterboxd.com/film/for-maria-ebun-pataki/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

FLOOD, Vincent. Global meets local in the African streaming market. **VideoWeek**, [Londres], 10 Mar. 2022. Disponível em: <https://videoweeek.com/2022/03/10/global-meets-local-in-the-african-streaming-market/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

FROM CAPE to Cairo | Netflix. [S. l.: s. n.], 2022. 1 vídeo (1min23s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4BCgJxq2RwE>. Acesso em: 7 jun. 2022.

GHETTUBA, Dorothy. **From Entrepreneur to Intrapreneur**: my journey to Netflix. [S. l.], 30 jan. 2020. LinkedIn. Disponível: <https://www.linkedin.com/pulse/from-entrepreneur-intrapreneur-my-journey-netflix-ghettuba-pala/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

GLOBAL INTERNET TV CONSORTIUM. Tracking the evolution of internet-distributed television worldwide. **Global Internet TV Consortium**, [s. l.], c2021. Disponível em: <https://www.global-internet-tv.com/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

GOMES, Tiago de Castro Machado. **“Para africano ver”**: Cinema na África Colonial Britânica – de sua consolidação ao projeto das unidades de produção cinematográfica: Bantu Educational Kinema Experiment (1935-1937) e Colonial Film Unit (1939-1955). 2016. 168 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016. Disponível em: <https://ppgcom.uff.br/tiago-de-castro-machado-gomes/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

HAYNES, Jonathan (ed.). **Nigerian video films**. Athens: Ohio University Press, 2000.

HAYNES, Jonathan. Nollywood in Lagos, Lagos in Nollywood Films. **Africa Today**, Bloomington, v. 54, n. 2, p. 131-150, 2007.

HAYNES, Jonathan. Nnebue: The anatomy of power. **Critical Interventions**: Journal of African Art History and Visual Culture, [s. l.], v. 8, n. 1, p. 204-217, 2011.

HAYNES, Jonathan. CloseUp: Nollywood – a worldly creative practice: “New Nollywood”: Kunle Afolayan. **Black Camera**: An International Film Journal, Bloomington, v. 5, n. 2, p. 53-73, 2014a.

HAYNES, Jonathan. Foreword. In: AFOLAYAN, Adeshina (ed.). **Auteuring Nollywood**: critical perspectives on The Figurine. Ibadan: University Press, 2014b. p. vi-xii.

HAYNES, Jonathan. **Nollywood**: the creation of Nigerian film genres. Chicago: University of Chicago Press, 2016.

HAYNES, Jonathan. Nollywood’s transformations and academic paradigms. **Politique africaine**, Paris, v. 153, n. 1, p. 129-141, Jan. 2019.

HAYNES, Jonathan. A cena contemporânea do cinema nigeriano. *In*: ESTEVES, Ana Camila; OLIVEIRA, Jusciele (orgs.). **Cinemas Africanos contemporâneos**: abordagens críticas. São Paulo: Sesc, 2020. p. 108-123.

HECHO EN ÁFRICA, visto en todo el mundo. [*S. l.: s. n.*], 2020. 1 vídeo (2min22s). Publicado pelo canal Netflix Latinoamérica. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=J-zh4vhaXbo>. Acesso em: 7 jun. 2022.

IHEKA, Cajetan; TAYLOR, Jack (ed.). **African migration narratives**: politics, race, and space. Rochester: University of Rochester Press, 2018.

JENNER, Mareike. **Netflix and the re-invention of television**. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.

KENNETH GYANG believes Nollywood has gone back to the days of making ‘conscious movies’. [*S. l.: s. n.*], 2021. 1 vídeo (8min47s). Publicado pelo canal Channels Television. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SiDtxLuCQOg>. Acesso em: 7 jun. 2022.

KILDAY, Gregg. Netflix’s Ted Sarandos explains Adam Sandler, ‘Couching Tiger’ deals: “Putting our money where our mouth is”. **Hollywood Reporter**, [Los Angeles], 3 Oct. 2014. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflixs-ted-sarandos-explains-adam-737840/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

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

KUNLE AFOLAYAN. **Adoro Cinema**, [Rio de Janeiro], 9 set. 2021. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/personalidades/personalidade-684203/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

KUNLE AFOLAYAN on his new movie ‘Citation’ – ARISE 360. [*S. l.: s. n.*], 2020. 1 vídeo (21min30s). Publicado pelo canal Arise News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x9TxelNgfr8>. Acesso em: 7 jun. 2022.

KWET, Michael. Digital colonialism: US empire and the new imperialism in the Global South. **Race & Class**, [Londres], v. 60, n. 4, p. 3-26, 2019.

LIMA, Morgana Gama de. **Griots modernos**: por uma compreensão do uso de alegorias como recurso retórico em filmes africanos. 2020. 404 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Tese_Morgana_Gama_Poscom.pdf. Acesso em: 7 jun. 2022.

LIONHEART. **Netflix**, [Los Gatos], 2018. 1 vídeo (94 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81030789>. Acesso em: 7 jun. 2022.

LIONHEART CAST and crew Q&A | TIFF 2018. [*S. l.: s. n.*], 2018. 1 vídeo (23min55s). Publicado pelo canal TIFF Talks. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nzEzzCpTWXY>. Acesso em: 7 jun. 2022.

LOBATO, Ramon. **Netflix nations**: the geography of digital distribution. New York: New York University Press, 2019.

LOBATO, Ramon; LOTZ, Amanda. Imagining global video: the challenge of Netflix. **JCMS: Journal of Cinema and Media Studies**, Austin, v. 59, n. 3, p. 132-136, Spring 2020.

LOTZ, Amanda. **Portals**: a treatise on internet-distributed television. Ann Arbor: Maize Books, 2017.

LOTZ, Amanda. In between the global and the local: mapping the geographies of Netflix as a multinational service. **International Journal of Cultural Studies**, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 195-215, 2021.

MACHADO, Rosi Marques. Da indústria cultural à economia criativa. **ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 18, p. 83-95, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=324&sid=30>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MADE BY AFRICANS, Watched by the World. [S. l.: s. n.]: 2020. 7 vídeos (32min27s). *Playlist* publicada pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZHDJ1RysII0hv-8OVqgipG5JCK87PJ2M>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MADE BY AFRICANS, Watched by the World | Female Leads | Netflix. [S. l.: s. n.]: 2020. 1 vídeo (6min30s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RIBOjYYBz7c>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MADE BY AFRICANS, Watched by the World | Main Interview | Netflix. [S. l.: s. n.]: 2020. 1 vídeo (7min47s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HLrAwww1h5s>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MADE BY AFRICANS, Watched by the World | Male Leads | Netflix. [S. l.: s. n.]: 2020. 1 vídeo (4min41s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TZh2MRTiIyY>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MALDONADO-TORRES. Analítica da colonialidade e da decolonialidade: algumas dimensões básicas. In: BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GROSGOUEL, Ramón (org.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 27-54.

MBEMBE, Achille. As formas africanas de auto-inscrição. **Estudos afro-asiáticos**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 171-209, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/ddR69Y7Ptm6KDvv4tmHSvbf/?lang=pt>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MBEMBE, Achille. **Crítica da razão negra**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MBEMBE, Achille. **Sair da grande noite**: ensaio sobre a África descolonizada. Petrópolis: Editora Vozes, 2019.

MIGNOLO, Walter D. **Histórias locais / projetos globais**: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020.

MILLER, Jade L. **Nollywood central**: the Nigerian videofilm industry. London: Palgrave, 2016.

MOOSER, Sandra. Nollywood-inspired filmmaking in Europe: a Swiss example. In: MUSA, Bala A. (ed.). **Nollywood in glocal perspective**. Cham: Palgrave Macmillan, 2019. p. 187-207.

MORE NAIJA stories from Kunle Afolayan coming to Netflix! [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (6min40s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T0vNOT6XH5o>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MOVIE REVIEW: For Maria Egun Pataki reveals hidden pains of motherhood. **Daily Trust**, Abuja, 5 Feb. 2022. Disponível em: <https://dailytrust.com/movie-review-for-maria-ebun-pataki-reveals-hidden-pains-of-motherhood>. Acesso em: 7 jun. 2022.

MUDIMBE, Valentin-Yves. **A invenção da África**: gnose, filosofia e a ordem do conhecimento. Petrópolis: Editora Vozes, 2019.

MURPHY, David; WILLIAMS, Patrick. **Postcolonial African cinema**: ten directors. Manchester: Manchester University Press, 2007.

MUSA, Bala A. (ed.). **Nollywood in glocal perspective**. Cham: Palgrave Macmillan, 2019.

NAFICY, Hamid. **An accented cinema**: exilic and diasporic filmmaking. Princeton: Princeton University Press, 2001.

NETFLIX. Company Profile. **Netflix Investors**, [Los Gatos], [2022a]. Disponível em: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>. Acesso em: 7 jun. 2022.

NETFLIX. Locations Across the Globe. **Netflix Jobs**, [Los Gatos], [2022b]. Disponível em: <https://jobs.netflix.com/locations>. Acesso em: 7 jun. 2022.

NETFLIX ESTABLISHED office in Nigeria | Breakfast Daily. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (3min3s). Publicado pelo canal CitiTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3bhOEv4EpvI>. Acesso em: 7 jun. 2022.

NSEHE, Mfonobong. Africa's most successful women: Mo Abudu. **Forbes**, [Jersey City], 1 Jan. 2015. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/mfonobongnsehe/2015/01/01/africas-most-successful-women-mo-abudu/?sh=b1eidea125686>. Acesso em: 7 jun. 2022.

NOLLYWOOD IS HOME | Netflix Naija. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (2min14s). Publicado pelo canal AfricaOnNetflix. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aivrVlhN1Ug>. Acesso em: 7 jun. 2022.

NWAJIAKU, Vivian Nneka. For Maria Egun Pataki movie review: a remarkable telling of a rarely told story. **Afrocritik**, [Lagos], 2022. Disponível em: <https://www.afrocritik.com/for-maria-ebun-pataki-movie/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

OKICHE, Wilfred. Profile: how Genevieve Nnaji became Queen of Nollywood (again). **YNaija**, [Lagos], 22 Jan. 2019. Disponível em: <https://ynaija.com/profile-how-genevieve-nnaji-became-queen-of-nollywood-again/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

OKICHE, Wilfred. Exclusive: Netflix Africa executives Dorothy Ghattuba and Ben Amadasun tease projects in the pipeline for Netflix Naija. **YNaija**, [Lagos], 8 July 2020. Disponível em: <https://ynaija.com/exclusive-netflix-africa-executives-dorothy-ghattuba-and-ben-amadasun-tease-projects-in-the-pipeline-for-netflix-naija/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

OKICHE, Wilfred. Netflix isn't the savior Nollywood needs. **The Verge**, [Nova York], 13 Aug. 2021. Disponível em: <https://www.theverge.com/22621845/netflix-nigeria-nollywood-streaming-films>. Acesso em: 7 jun. 2022.

OLIVEIRA, Jusciele Conceição Almeida de. **“Precisamos vestirmo-nos com a luz negra”**: uma análise autoral nos cinemas africanos – o caso Flora Gomes. 2018. 266 f. Tese (Doutorado em Comunicação, Cultura e Artes) – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade do Algarve, Faro, Portugal, 2018. Disponível em: <https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/12343/1/Jusciele%20Oliveira%20-%20Tese.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2022.

ÒLÒTŪRÉ DIRECTOR, Kenneth Gyang confirms there will be no sequel | #TeaTime [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (5min38s). Publicado pelo canal Plus TV Africa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FYAUF4W0O4>. Acesso em: 7 jun. 2022.

‘OLOTURE’ IS MY LIFE story, Tobore Ovuorie reveals | Pulse One on One. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (58min55s). Publicado pelo canal Pulse Nigeria. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=PIJX_a80Ndw. Acesso em: 7 jun. 2022.

ONIKOYI, Babatunde. Accented cinema: the context of Nollywood. In: IHEKA, Cajetan; TAYLOR, Jack (ed.). **African migration narratives: politics, race, and space**. Rochester: University of Rochester Press, 2018. p. 55-67.

ONISHI, Norimitsu. Step aside, L.A. and Bombay, for Nollywood. **The New York Times**, [Nova York], 16 Sept. 2002. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2002/09/16/world/step-aside-la-and-bombay-for-nollywood.html>. Acesso em: 7 jun. 2022.

OVUORIE, Tobore. Investigation: inside Nigeria's ruthless human trafficking mafia. **Premium Times**, [Abuja], 23 Jan. 2014. Disponível em: <https://www.premiumtimesng.com/news/153844-investigation-inside-nigerias-ruthless-human-trafficking-mafia.html>. Acesso em: 7 jun. 2022.

PETERS, Priscillia. EbonyLife TV to exit DStv platform. **C21Media**, [Londres], 8 Jul. 2020. Disponível em: <https://www.c21media.net/news/ebonylife-tv-to-exit-dstv-platform/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

PORTER, Rick. Katie Couric, ‘The Report’s’ Scott Z. Burns set projects at AMC Networks. **The Hollywood Reporter**, [Los Angeles], 16 Jan. 2020. Disponível em:

<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/katie-couric-reports-scott-z-burns-set-projects-at-amc-networks-1270510/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

POR UMA Vida Melhor. **Netflix**, [Los Gatos], 2019. 1 vídeo (106 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81300126>. Acesso em: 7 jun. 2022.

PRICE, Kristy. More Naija stories from Kunle Afolayan coming to Netflix! **About Netflix**, [Los Gatos], 9 Mar. 2021. Disponível em: <https://about.netflix.com/en/news/more-naija-stories-from-kunle-afolayan-coming-to-netflix>. Acesso em: 7 jun. 2022.

QUEEN SONO: Netflix cancela sua primeira série africana. **Pipoca Moderna**, [s. l.], 1 dez. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/cinema/queen-sono-netflix-cancela-sua-primeira-serie-africana,b43b0f2bd88f7381821c7c9eaa2f6de3nrbi2rt9.html>. Acesso em: 7 jun. 2022.

QUIJANO, Anibal. Coloniality of power and Eurocentrism in Latin America. **International Sociology**, [s. l.], v. 15, n. 2, p. 215-232, 2000.

RAMACHANDRAN, Naman. Sony Pictures Television sets first look deal with Nigeria's EbonyLife Media for scripted TV projects. **Variety**, [Los Angeles], 4 Feb. 2021. Disponível em: <https://variety.com/2021/tv/global/sony-pictures-television-first-look-deal-nigeria-ebonylife-mo-abudu-1234899559/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

REALNESS INSTITUTE. Realness Institute, in partnership with Netflix, announces 12 selected participants for the 2022 Episodic Lab & Development Executive Traineeship. **Realness Institute**, [Cidade do Cabo], 4 May 2022. Disponível em: <https://www.realness.institute/news/yb9u683lymlmhdldo3wd8onp9t48e4>. Acesso em: 7 jun. 2022.

REALNESS INSTITUTE. About us. **Realness Institute**, [Cidade do Cabo], c2022. Disponível em: <https://www.realness.institute/about-us>. Acesso em: 7 jun. 2022.

RIESCO, Beatriz Leal. Historia y ansiedades de la crítica de los cines africanos a través de la persona y la obra de Med Hondo. **El Futuro del Pasado**: revista electrónica de Historia, Salamanca, v. 5, p. 163-187, 2014.

ROXBOROUGH, Scott. 25 most powerful women in global television. **The Hollywood Reporter**, [Los Angeles], 10 Oct. 2017. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/lists/25-powerful-women-global-television-1046263/mosunmola-mo-abudu-nigeria/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

SAAR, Felwine. **Afrotopia**. São Paulo: n-1 edições, 2019.

SEABI, Mkgadi. Netflix inks multi-title partnership with prolific Nigerian producer Mo Abudu to develop content from Nigeria. **About Netflix**, [Los Gatos], 12 June 2020. Disponível em: <https://about.netflix.com/en/news/netlix-moabudu-partnership>. Acesso em: 7 jun. 2022.

SERAFIM, José Francisco; ESTEVES, Ana Camila; LIMA, Morgana Gama de. Cinemas africanos e os meandros da visibilidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 26, n. 2, p. e31675, 2019. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/31675>. Acesso em: 7 jun. 2022.

SEX FOR GRADES: undercover inside Nigerian and Ghanaian universities | BBC Africa Eye documentary. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (53min51s). Publicado pelo canal BBC News Africa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=we-F0Gi0Lqs>. Acesso em: 7 jun. 2022.

SHAKA, Femi Okiremuete. Hinigeria's emergent video film industry. **Black Renaissance/Renaissance Noire**, New York, v. 5, n. 2, p. 51-66, 2003.

SIMON, Godwin Iretomiwa. Adapting to context: creative strategies of video streaming services in Nigeria. **Convergence**, [s. l.], v. 27, n. 6, p. 1770-1788, 2021.

SONY PICTURES. EbonyLife and Sony Pictures Television announce Àlò – a new African writers initiative. **Sony Pictures**, [Culver City], 21 Sept. 2021. Disponível em: https://www.sonypictures.com/corp/press_releases/2021/0921. Acesso em: 7 jun. 2022.

SOUTO, Mariana. **Infiltrados e invasores**: uma perspectiva comparada sobre relações de classe no cinema brasileiro. Salvador: Edufba, 2019.

SOUTO, Mariana. Curadoria como exercício do cinema comparado. *In*: ENCONTRO SOCINE, XXIII, 2019, Porto Alegre. **Anais de textos completos [...]**. São Paulo: SOCINE, 2020. Disponível em: [https://www.socine.org/wp-content/uploads/anais/AnaisDeTextosCompleto2019\(XXIII\).pdf](https://www.socine.org/wp-content/uploads/anais/AnaisDeTextosCompleto2019(XXIII).pdf). Acesso em: 7 jun. 2022.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas brasileiras: notas metodológicas. *In*: BARRETO, Rodrigo Ribeiro; SOUZA, Maria Carmem Jacob de (org.). **Bourdieu e os estudos de mídia**: campo, trajetória e autoria. Salvador: Edufba, 2014. p. 13-40.

SPACE IN AFRICA. Multichoice partners with Amazon and Netflix in a surprising deal. **Space in Africa**, [Lagos], 15 June 2020. Disponível em: <https://africanews.space/multichoice-partners-with-amazon-and-netflix-in-a-surprising-deal/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

TCHEUYAP, Alexie. **Postnationalist African cinemas**. Manchester: Manchester University Press, 2011.

TCHEUYAP, Alexie. Para além do cinema “africano”: novas produções em um contexto global. *In*: SESC. **Mostra de cinemas africanos**. São Paulo: Sesc, 2019. Disponível em: https://mostradecinemasafrianos.com/wp-content/uploads/2022/02/Brochure_Mostra-de-Cinemas-Africanos_SP2019.pdf. Acesso em: 7 jun. 2022.

THACKWAY, Melissa. **Africa shoots back**: alternative perspectives in sub-Saharan francophone African film. Bloomington: Indiana University Press, 2003.

THIONG'O, Ngugi Wa. A descolonização da mente é um pré-requisito para a prática criativa do cinema africano? *In*: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: África. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. (Coleção Cinema no Mundo, v. 1). p. 25-32.

TINUBU, Aramide A. The Oscars disqualified ‘Lionheart’ because Nigerians speak English in it – just like in Nigeria. **NBC News**, [Nova York], 8 Nov. 2019. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/think/opinion/oscars-disqualified-lionheart-because-nigerians-speak-english-it-just-nigeria-ncna1078386>. Acesso em: 7 jun. 2022.

TSANDZANA, Dércio. ‘Resgate’ é o primeiro filme moçambicano a entrar no catálogo da Netflix. **Global Voices**, [Amsterdã], 23 Jun. 2020. Disponível em: <https://pt.globalvoices.org/2020/06/23/resgate-e-o-primeiro-filme-mocambicano-a-entrar-no-catalogo-da-netflix/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

TSE, Yu-Kei. Black ships? Locating Netflix in Taiwan and Japan. **JCMS: Journal of Cinema and Media Studies**, Austin, v. 59, n. 3, p. 143-148, 2020.

UKADIKE, Nwachukwu Frank. **Black African cinema**. Berkeley: University of California Press, 1994.

UKADIKE, Nwachukwu Frank. Images of the ‘reel’ thing: African video-films and the emergence of a new cultural art. **Social Identities**, [s. l.], v. 6, n. 3, p. 243-261, 2000.

UNESCO. **The African film industry: trends, challenges and opportunities for growth**. 2021. Paris: UNESCO, 2021. Disponível em: <https://en.unesco.org/creativity/publications/african-film-industry-trends-challenges>. Acesso em: 7 jun. 2022.

WHITE, Peter. Sony Pictures Television developing female warrior drama with Africa’s Ebony Life. **Deadline**, [Los Angeles], 29 Mar. 2018. Disponível em: <https://deadline.com/2018/03/sony-pictures-television-developing-female-warrior-drama-with-africas-ebony-life-1202355252/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

WITT, Emily. **Nollywood: the making of a film empire**. New York: Columbia Global Reports, 2017.

YARBOROUGH, Kaitlyn. The Business Insider 100: The Creators – ranked 1 to 100. **Business Insider**, [Nova York], 13 Jun. 2016. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/the-business-insider-100-the-creators-ranked-1-to-100-2016-6>. Acesso em: 7 jun. 2022.

FILMOGRAFIA

1 de Outubro. Título original: *October 1*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2014. 148 min.

30 Days in Atlanta. Direção: Robert Peters. Nigéria, 2014. 111 min.

93 Dias. Título original: *93 Days*. Direção: Steve Gukas. Nigéria, 2016. 118 min.

1976: Entre o Amor e a Revolução. Título original: *'76*. Direção: Izu Ojukwu. Nigéria, 2016. 118 min.

Adú. Direção: Salvador Calvo. Espanha, 2020. 119 min.

Agogo Èèwò. Direção: Tunde Kelani. Nigéria, 2002. 105 min.

Ajani Ogun. Direção: Ola Balogun. Nigéria, 1975. 120 min.

Amina. Direção: Izu Ojukwu. Nigéria, 2021. 105 min.

Aprendiz de Mecânico. Título original: *Mokalik*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2019. 100 min.

Atlantique. Direção: Mati Diop. França, Senegal, Bélgica, 2019. 106 min.

Àyínlá. Direção: Tunde Kelani. Nigéria, 2021. 119 min.

A Estrada Nunca Percorrida. Título original: *Road to Yesterday*. Direção: Ishaya Bako. Nigéria, 2015. 91 min.

A Jornada de Chioma. Título original: *Ijé: The Journey*. Direção: Chineze Anyaene. Nigéria, Estados Unidos, 2020. 106 min.

A Lei de Okafor. Título original: *Okafor's Law*. Direção: Omoni Oboli. Nigéria, 2016. 110 min.

A Lição de Moremi. Título original: *Citation*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2020. 151 min.

A Luz. Título original: *Yeelen*. Direção: Souleymane Cissé. Mali, Burkina Faso, França, Alemanha Ocidental, Japão, 1987. 105 min.

A Ponte. Título original: *The Bridge*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2017. 115 min.

Beasts of No Nation. Direção: Cary Fukunaga. Estados Unidos, 2015. 137 min.

Bigger than Africa. Direção: Toyin Ibrahim Adekeye. Estados Unidos, 2018. 87 min.

Casamento às Avessas. Título original: *The Wedding Party*. Direção: Kemi Adetiba. Nigéria, 2016. 110 min.

Casamento às Avessas 2. Título original: *The Wedding Party 2: Destination Dubai*. Direção: Niyi Akinmolayan. Nigéria, 2017. 98 min.

Cassim, O Comediante. Título original: *Material*. Direção: Craig Freimond. África do Sul, 2012. 94 min.

Castle & Castle. Criação: Mo Abudu e Heidi Uys. Nigéria, 2018-. Duas temporadas completas. 19 episódios. 1.025 min.

Christmas Is Coming. Direção: Ufuoma McDermott. Nigéria, 2017. 102 min.

Christmas in Miami. Direção: Robert Peters. Nigéria, 2021. 120 min.

Cinquentonas. Título original: *Fifty*. Direção: Biyi Bandele. Nigéria, 2015. 101 min.

Confusion Na Wa. Direção: Kenneth Gyang. Nigéria, 2013. 105 min.

Crônica dos Anos de Fogo. Título original: *Chroniques des Années de Braise*. Direção: Mohammed Lakhdar-Hamina. Argélia, 1975. 177 min.

Devendo pra Máfia. Título original: *Sugar Rush*. Direção: Kayode Kasum. Nigéria, 2019. 120 min.

Dez Dias em Sun City. Título original: *10 Days in Sun City*. Direção: Adze Ugah. África do Sul, Nigéria, 2017. 87 min.

Diamonds in the Sky. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2019. 112 min.

Difícil de Engolir. Título original: *Swallow*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2021. 128 min.

Doctor Bello. Direção: Tony Abulu. Nigéria, Estados Unidos, 2013. 95 min.

Em Um Café Qualquer. Título original: *The Lost Café*. Direção: Kenneth Gyang. Nigéria, Noruega, 2018. 76 min.

Eyimofe (Esse é o Meu Desejo). Título original: *Eyimofe (This Is My Desire)*. Direção: Arie Esiri e Chuko Esiri. Nigéria, 2020. 116 min.

Fifty: A Série. Título original: *Fifty: The Series*. Criação: Alby James e Debo Oluwatuminu. Nigéria, 2017-. Duas temporadas completas. 25 episódios.

Filhos do Califa. Título original: *Sons of the Caliphate*. Criação: Dimbo Atiya. Nigéria, 2016-2018. Duas temporadas completas. 26 episódios. 1.125 min.

Gêmeas da Quebrada. Título original: *Omo Ghetto: The Saga*. Direção: JJC Skillz e Funke Akindele. Nigéria, 2020.

Glamour Girls. Direção: Chika Onukwufor. Nigéria, 1994. 125 min.

Glamour Girls. Direção: Bunmi Ajakaiye. Nigéria, 2022. 120 min.

Green White Green. Direção: Abba Makama. Nigéria, 2016. 102 min.

House of Cards. Criação: Beau Willimon. Estados Unidos, 2013-2018. Seis temporadas completas. 73 episódios. 3.752 min.

Infância Roubada. Título original: *Tsotsi*. Direção: Gavin Hood. África do Sul; Reino Unido, 2005. 94 min.

Irapada. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2006. 120 min.

Isso Não É Um Enterro, É Uma Ressurreição. Título original: *This Is Not a Burial, It's a Resurrection*. Direção: Lemohang Jeremiah Mosese. África do Sul, Itália, Estados Unidos, Lesoto, 2019. 120 min.

JIVA! Criação: Busisiwe Ntintili e Bakang Sebatjane. África do Sul, 2021-. Uma temporada completa. 5 episódios. 188 min.

Joy. Direção: Sudabeh Mortezaei. Áustria, 2018. 99 min.

Just Not Married. Direção: Uduak-Obong Patrick. Nigéria, 2016. 102 min.

Kasala! Direção: Ema Edosio. Nigéria, 2018. 84 min.

King of Boys. Direção: Kemi Adetiba. Nigéria, 2018. 169 min.

King of Boys: O Retorno do Rei. Título original: *King of Boys: The Return of the King*. Criação: Kemi Adetiba. Nigéria, 2021. Uma temporada completa. 7 episódios. 439 min.

La Noire de... Direção: Ousmane Sembène. Senegal, França, 1966. 65 min.

Lionheart. Direção: Genevieve Nnaji. Nigéria, 2018. 94 min.

Living in Bondage. Direção: Chris Obi Rapu. Nigéria, 1992. 163 min.

Lua de Mel à Jamaicana. Título original: *A Trip to Jamaica*. Direção: Robert Peters. Nigéria, 2016. 98 min.

Meio Sol Amarelo. Título original: *Half of a Yellow Sun*. Direção: Biyi Bandele. Nigéria, Reino Unido, 2013. 111 min.

Most Wanted. Direção: Tunji Bamishigbin. Nigéria, 1998. 59 min.

M de Menino. Título original: *B for Boy*. Direção: Chika Anadu. Nigéria, 2013. 118 min.

Orange is the New Black. Criação: Jenji Kohan. Estados Unidos, 2013-2019. Sete temporadas completas. 91 episódios. 5.448 min.

O Carroceiro. Título original: *Borom Sarret*. Direção: Ousmane Sembène. Senegal, 1963. 20 min.

O Caderno de Sara. Título original: *El Cuaderno de Sara*. Direção: Norberto López Amado. Espanha, 2018. 115 min.

O Menino que Descobriu o Vento. Título original: *The Boy Who Harnessed the Wind*. Direção: Chiwetel Ejiofor. Reino Unido, Malauí, 2019. 113 min.

Ó, Sol. Título original: *Soleil Ô*. Direção: Med Hondo. França, Mauritânia, 1967. 98 min.

Os Cinco CEOs. Título original: *The CEO*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2016. 105 min.

Os Iniciados. Título original: *Inxeba*. Direção: John Trengove. África do Sul, Alemanha, Países Baixos, França, 2017. 78 min.

Papai Poderoso. Título original: *Chief Daddy*. Direção: Niyi Akinmolayan. Nigéria, 2018. 99 min.

Papai Poderoso 2: Tudo ou Nada. Título original: *Chief Daddy 2: Going for Broke*. Niyi Akinmolayan. Nigéria, 2022. 113 min.

Para Maria / Ebum Pataki. Título original: *For Maria / Ebum Pataki*. Direção: Damilola Orimogunje. Nigéria, 2020. 75 min.

Por Uma Vida Melhor. Título original: *Òlòtūrè*. Direção: Kenneth Gyang. Nigéria, 2019. 106 min.

Po di Sangui. Direção: Flora Gomes. França, Guiné-Bissau, Tunísia, Portugal, 1996. 90 min.

Queen Sono. Criação: Kagiso Lediga. África do Sul, 2020. Uma temporada completa. 6 episódios 251 min.

Questão de Honra. Título original: *Tilai*. Direção: Idrissa Ouédraogo. Suíça, Reino Unido, França, Burkina Faso, Alemanha, 1990. 81 min.

Resgate. Direção: Mickey Fonseca. Moçambique, 2019. 100 min.

Resgate do Coração. Título original: *Holiday in the Wild*. Direção: Ernie Barbarash. Estados Unidos, 2019. 85 min.

Rosa e Momo. Título original: *La Vita Davanti a Sé*. Direção: Edoardo Ponti. Itália, 2020. 94 min.

Sangue & Água. Título original: *Blood & Water*. Criação: Nosipho Dumisa, Daryne Joshua e Travis Taute. África do Sul, 2020-. Duas temporadas completas. 13 episódios. 622 min.

Saworoide. Direção: Tunde Kelani. Nigéria, 1999. 105 min.

Sete Anos de Sorte. Título original: *The Figurine: Araromire*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2009. 120 min.

Sharon Stone. Direção: Adim Williams. Nigéria, 2002.

Tango With Me. Direção: Mahmood Ali-Balogun. Nigéria, 2010. 104 min.

Taxi Driver: Oko Ashewo. Direção: Daniel Oriahi. Nigéria, 2015. 94 min.

The Arbitration. Direção: Niyi Akinmolayan. Nigéria, 2016. 100 min.

The Royal Hibiscus Hotel. Direção: Ishaya Bako. Nigéria, 2017. 90 min.

The Mirror Boy. Direção: Obi Emelonye. Reino Unido, Nigéria, Gâmbia, 2011. 84 min.

Timbuktu. Direção: Adberrahmane Sissako. Mauritânia, França, Catar, 2014. 96 min.

Touki Bouki: A Viagem da Hiena. Título original: *Touki Bouki*. Direção: Djibril Diop Mambéty. Senegal, 1973. 85 min.

Trocando Celulares. Título original: *Phone Swap*. Direção: Kunle Afolayan. Nigéria, 2012. 110 min.

Último Voo para Abuja. Título original: *Last Flight to Abuja*. Direção: Obi Emelonye. Nigéria, Reino Unido, 2012. 81 min.

Um Homem Que Grita. Título original: *Un Homme Qui Crie*. Direção: Mahamat-Saleh Haroun. França, Bélgica, Chade, 2010. 92 min.

Uma Esposa de Natal. Título original: *A Naija Christmas*. Direção: Kunle Afolayan. África do Sul, 2021. 121 min.

Weekend Getaway. Direção: Desmond Elliot. Nigéria, 2012. 113 min.

Your Excellency. Direção: Funke Akindele. Nigéria, 2019. 120 min.

FICHA TÉCNICA DOS FILMES DO CORPUS

A Lição de Moremi

Título original: *Citation*

Direção: Kunle Afolayan

Roteiro: Tunde Babalola

Elenco: Jimmy Jean-Louis, Temi Otedola, Bukunmi Oluwashina

Empresa produtora: Golden Effects

Distribuição: Netflix

Datas de lançamento: 31 de outubro de 2020 (Lagos), 6 de novembro de 2020 (Netflix)

Duração: 151 minutos

País: Nigéria

Idiomas: Inglês, Francês, Português, Wolof, Iorubá

Lionheart

Título original: *Lionheart*

Direção: Genevieve Nnaji

Roteiro: Genevieve Nnaji, Chinny Onwugbenu, C. J. Obasi, Ishaya Bako, Emil Garuba

Produção: Chinny Onwugbenu

Elenco: Genevieve Nnaji, Nkem Owoh, Pete Edochie, Onyeka Onwenu, Kanayo O. Kanayo

Direção de fotografia: Yinka Edward

Montagem: George Cragg

Música: Kulanen Ikyo

Empresa produtora: The Entertainment Network (T.E.N)

Distribuição: Netflix

Datas de lançamento: 7 de setembro de 2018 (Toronto International Film Festival), 4 de janeiro de 2019 (Netflix)

Duração: 94 minutos

País: Nigéria

Idiomas: inglês e ibo

Por uma vida melhor

Título original: *Òlòtūrè*

Direção: Kenneth Gyang

Roteiro: Yinka Ogun, Craig Freimond

Argumento: Mo Abudu, Heidi Uys

Produção: Heidi Uys, Temidayo Abudu, James Amuta

Elenco: Beverly Osu, Sharon Ooja, Omowumi Dada

Direção de fotografia: Malcolm Mclean

Montagem: Victoria Akujobi, Johnson Awolola

Música: Kulanen Ikyo

Empresa produtora: EbonyLife Films

Distribuição: Netflix

Lançamentos: 31 de outubro de 2019 (Tunísia), 2 de outubro de 2020 (Netflix)

Duração: 106 minutes

País: Nigéria

Idiomas: inglês e inglês pidgin

APÊNDICE A – Filmes africanos originais Netflix

Ano	Título em português	Título original	Direção	País	Vínculo
2016	<i>1976: Entre o Amor e a Revolução</i>	'76	Izu Ojukwu	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2018	<i>Mais uma Página</i>	<i>Catching Feelings</i>	Kagiso Lediga	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2018	<i>Lionheart</i>	<i>Lionheart</i>	Genevieve Nnaji	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2019	<i>Atlantique</i>	<i>Atlantique</i>	Mati Diop	França/Senegal/Bélgica	Direitos exclusivos de exibição com exceção da França
2020	<i>Por Uma Vida Melhor</i>	<i>Òlòtūrè</i>	Kenneth Gyang	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2020	<i>A Lição de Moremi</i>	<i>Citation</i>	Kunle Afolayan	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2020	<i>Santana</i>	<i>Santana</i>	Chris Roland/ Maradona Dias Dos Santos	África do Sul/Angola	Direitos exclusivos de exibição
2020	<i>Solteiramente</i>	<i>Seriously Single</i>	Katleho Ramaphakela/ Rethabile Ramaphakela	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2020	<i>A Vida Gira</i>	<i>Riding with Sugar</i>	Sunu Gonera	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2021	<i>Amina</i>	<i>Amina</i>	Izu Ojukwu	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2021	<i>Eu Sou Todas as Meninas</i>	<i>I Am All Girls</i>	Donovan Marsh	África do Sul	Produção Netflix
2021	<i>Difícil de Engolir</i>	<i>Swallow</i>	Kunle Afolayan	Nigéria	Produção Netflix
2021	<i>Kandasamys: A Viagem</i>	<i>Trippin' with the Kandasamys</i>	Jayan Moodley	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2021	<i>Papai Poderoso 2: Tudo ou Nada</i>	<i>Chief Daddy 2: Going for Broke</i>	Niyi Akinmolayan	Nigéria	Produção Netflix
2021	<i>Para Sempre Felicidade</i>	<i>Happiness Ever After</i>	Thabang Moleya	África do Sul	Produção Netflix
2021	<i>Pequeno Linguarudo</i>	<i>Little Big Mouth</i>	Gray Hofmeyr/ Ziggy Hofmeyr	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2022	<i>Silverton: Cerco Fechado</i>	<i>Silverton Siege</i>	Mandla Dube	África do Sul	Direitos exclusivos de exibição
2022	<i>Homem de Deus</i>	<i>Man of God</i>	Bolanle Austen-Peters	Nigéria	Direitos exclusivos de exibição
2022	<i>Amandla</i>	<i>Amandla</i>	Nerina De Jager	África do Sul/ Canadá	Direitos exclusivos de exibição