El cine nigeriano empieza a atraer a los inversores extranjeros

08/07/2019



“Los ingresos de la taquilla nigeriana pasaron de 17,3 millones a 23,6 millones de dólares entre 2017 y 2018” (+36%), explica Chijoke Uwaegbute, analista en el sector del entretenimiento para PriceWaterhouseCoopers.

“En ninguna parte del mundo se pueden encontrar unas oportunidades y un crecimiento como estos”, concluye el consultor ante un público de inversores, directores nigerianos y políticos del Estado de Lagos.

A principios de julio se celebraron las primeras jornadas “French-Nigerian Cinema Days” en Lagos, capital cultural del continente africano, con un centenar de invitados.

“Desde hace unos dos años, empezamos a ver el interés de los franceses por el cine nigeriano”, apunta Serge Noukoué, fundador de la Nollywood Week, un festival que se organiza anualmente en París desde 2012.

Éxito inmenso

Tanto la francesa Canal + como la sudafricana Multichoice ofrecen ya cadenas dedicadas a Nollywood a sus

abonados africanos.

Ni siquiera la mala calidad del sonido, de las imágenes o de la intriga parecen haber frenado el inmenso éxito de Nollywood, “lo que no animó a los inversores a aumentar los presupuestos de los filmes”, señala Alesasndro Jedlowski, especialista en cine africano de la Universidad Libre de Bruselas.

Las películas de Nollywood se suelen rodar en solo unos días, con varios miles de euros, y a menudo son objeto del pirateo de los derechos de autor, lo que paralizó la industria durante mucho tiempo.

Muchas películas han sido auténticos taquillazos en las 52 salas del país, como las dos partes de “The Wedding Party”, de la directora Kemi Adetiba, que generaron más de 2 millones de dólares de ingresos, superando a los “blockbusters” estadounidenses.

Las cintas de “Nollywood” atraen cada vez más a las clases medias y altas, las únicas capaces de pagarse una entrada de cine en este país de 190 millones de habitantes.

Hasta hace unos años, Nollywood solo representaba el 5% de las ventas en taquilla, pero hoy ya ronda el 30%.

Dominio de Netflix

Por su parte, los productores extranjeros están mostrando un interés creciente por los filmes de alta gama, con ofertas como “un Nollywood semanal” en su programación.

El grupo francés Vivendi abrirá el próximo año dos cines en Nigeria, pese a las dificultades por el precio del terreno o la falta de electricidad.

“Estar cerca de Nollywood es importante para nosotros”, declara Simon Minkowski, director de estrategia y desarrollo de las salas Canal Olympia, del grupo Vivendi. “Pero, además de la difusión, hay un verdadero deseo de producir contenidos por africanos en África”.

“Por supuesto que Francia tiene algo que hacer en Nigeria. No podemos negligir sin más un país que produce 2.500 filmes al año”, señala por su parte Eric Garandeau, consultor y exdirector del CNC francés (Centro Nacional del Cine).

Pero, por ahora, los directores nigerianos están “obsesionados” con el gigante estadounidense Netflix, que empezó a incluir películas nigerianas en su catálogo y a producir contenido, como la película “LionHeart”, de Genevieve Nnaji.

“Ahora que Nollywood atrae a los inversores, los nigerianos tienen que aprender a proteger mejor sus intereses

para que no haya una pura explotación de su contenido", matiza Serge Noukoué. "De momento, venden a Netflix y eso es todo".