



DOI 00.0000/0000-0000.0000n00p00-00
Data de Recebimento: 15/03/2022
Data de Aprovação 25/04/2022

Indústria mediática brasileira e *soft power* da
novela em Angola





Indústria mediática brasileira e *soft power* da novela em Angola

Industria mediática brasileña y el poder blando da telenovela en Angola

Brazilian media industry and soft power of the soap opera in Angola

AUGUSTO LOURENÇO¹

Resumo: Para a perpetuação da dominação colonial, barreiras e artifícios foram arquitetados pelas autoridades de Portugal com vista a afastar Angola dos Brasileiros. Contudo, unidos por laços históricos e de consanguinidade, os dois países contornaram os obstáculos e o Brasil, através da sua indústria cultural, estreitou os laços de amizade e empatia com as populações angolanas. O presente artigo tem como objetivo abordar aspectos inerentes ao papel das mediações e do *soft power* da novela no reforço da empatia e consequentemente na modelagem da identidade cultural dos angolanos. Após mostrar como se deu o processo de aproximação cultural entre Brasil e Angola por meio do estudo da presença da novela Roque Santero no universo das feiras e mercados da cidade de Luanda, conclui-se que o *soft power* exercido pela produção cultural mediática não apenas permite o contato com a alteridade por meio de processos interculturais, mas também incentiva a produção de narrativas ficcionais locais, assentes em seu próprio repertório cultural e identitário.

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade Católica de Brasília. Atualmente Coordena o Curso de Comunicação Social do ISIA em Luanda-Angola. augustoalfredo@hotmail.com

Palavra-chave: Telenovela; *Soft power*; Mediações; Angola; Brasil.

Resumen: Para la perpetuación de la dominación colonial, las autoridades portuguesas diseñaron barreras y artificios para distanciar a Angola de los brasileños. Sin embargo, unidos por lazos históricos y de consanguinidad, los dos países superaron obstáculos y Brasil, a través de su industria cultural, estrechó los lazos de amistad y empatía con las poblaciones angoleñas. Este artículo tiene como objetivo abordar aspectos inherentes al papel de las mediaciones y el poder blando de la telenovela en el refuerzo de la empatía y, en consecuencia, en la configuración de la identidad cultural de los angoleños. Luego de mostrar cómo se dio el proceso de acercamiento cultural entre Brasil y Angola a través del estudio de la presencia de la telenovela Roque Santero en el universo de ferias y mercados de la ciudad de Luanda, se concluye que el poder blando ejercido por los medios culturales no solo permite el contacto con la alteridad a través de procesos interculturales, sino que también fomenta la producción de narrativas ficcionales locales, a partir de su propio repertorio cultural e identitario.

Palabras clave: Telenovela; Poder blando; Mediaciones; Angola; Brasil.

Abstract: For the perpetuation of colonial domination, barriers and artifices were designed by the Portuguese authorities in order to distance Angola from the Brazilians. However, united by historical and consanguinity ties, the two countries overcame obstacles and Brazil, through its cultural industry, strengthened the ties of friendship and empathy with the Angolan populations. This article aims to address aspects inherent to the role of mediations and the soft power of the telenovela in reinforcing empathy and, consequently, in shaping the cultural identity of Angolans. After showing how the process of cultural approximation between Brazil and Angola took place through the study of the presence of the soap opera Roque Santero in the universe of fairs and markets in the city of Luanda, it is concluded that the soft power exercised by cultural media production not only allows contact with otherness through intercultural processes, but also encourages the production of local fictional narratives, based on their own cultural and identity repertoire.

Keywords: Telenovela; Soft power; Mediations; Angola; Brazil.

“Quem não leu Drummond é um analfabeto.”
(PEPETELA, 2013, p. 32)

Introdução

Marcados por um passado construído sobre a dor e a exploração de mão-de-obra escrava proveniente do continente africano e, sobretudo, de Angola, os empresários brasileiros procuravam à revelia estreitar os seus laços de amizade e cooperação econômica e cultural com a colônia portuguesa. Nesse contexto, assinala-se como importante fato histórico, a presença de Salvador Correia de Sá e Benevides, comandando uma esquadra naval vinda do Rio de Janeiro, Brasil, financiado por comerciantes brasileiros, tendo reconquistado Luanda dos holandeses e governado Angola de 1648 a 1652, período durante o qual desencadeou a destruição dos reinos do Congo, Ndongo e Matamba, da célebre Rainha Jinga, e revitalizou o tráfico de escravos (WHEELER, PÉLISSIER, 2009, p.72-73). Durante esse período o Brasil dominou Angola, ocupando as funções de Portugal no controle da colônia e do tráfico de escravos (GRILLO, 2000).

Como marco de sua passagem por Luanda, o nome de Salvador Correia foi atribuído ao principal colégio colonial, transformado em berço da elite portuguesa e alfofre do nacionalismo angolano com destaque para intelectuais como Joaquim Pinto de Andrade, Viriato da Cruz, Agostinho Neto, tendo este mais tarde liderado o MPLA (Movimento Popular de Libertação de Angola) na luta contra o Governo Português e proclamado a independência em 11 de novembro de 1975.

Natura, fruto do volume e intensidade das trocas comerciais, homens de negócios e funcionários do Brasil-colônia atravessavam o Oceano Atlântico para trabalhar em terras angolanas. Profundos eram esses laços que eventos ocorridos no Brasil tinham seu eco replicado em Angola, chegando, inclusive, a se cogitar a possibilidade de constituição de uma confederação entre os dois países². Diante de tal cenário e apercebendo-se dos riscos que isso representava para a perpetuação da sua dominação, a administração colonial substituiu funcionários

2 “Em 1823, na cidade de Benguela [teve lugar uma revolta cujo escopo [era] unir-se ao Brasil, visto que este país alimentava a ideia da constituição de uma confederação com Angola e Benguela]” (JÚNIOR, DIFUILA, 2006, p.18).

brasileiros por portugueses. “Ao fim de quase um século de domínio brasileiro, Lisboa assusta. O Brasil estava ganhando força. Por volta de 1750, Portugal tira de Angola todos os funcionários ligados ao Brasil e coloca partidários da Metrópoles. (GRILLO, 2000).

Apesar de todas essas contrariedades, em 1968, teve lugar o início das atividades da Câmara de comércio Afro-brasileira em Luanda, representada pelo então Deputado Federal, Adalberto Camargo (SANTANA apud SANTOS, 2017, p.212). O objetivo era o de estreitar as relações entre o Brasil e o continente africano, fomentando o desenvolvimento de negócios, atividades culturais e científicas. No entanto, mesmo com a presença de voos da companhia aérea brasileira Varig e a participação no capital do supermercado Jumbo-Pão de Açúcar, no geral, no domínio comercial, a presença brasileira no mercado angolano era insignificante. Desconfiado, o governo português ergueu uma série de obstáculos às importações vindas do Brasil, apostando, contudo, em seus parceiros ocidentais. “Enquanto aos demais países presentes, Portugal permitia uma associação discreta nos lucros do colonialismo, ao Brasil nada era permitido. Portugal desde o século XVII procura trazer-nos longe de Angola, segundo o princípio de que dividir é reinar (Telegrama da Representação Especial brasileira em Luanda para Secretaria de Estado, 31 out. 1975, apud Santos, Rocha, 2015, p. 226)”.

Não obstante aos variados mecanismos e artifícios criados pelo Governo Português a fim de afastar o Brasil de Angola, as marcas culturais, como representações simbólicas que resultam do contato intercultural, marcaram sempre a vivência multifacetada da audiência por conta do consumo de produtos da indústria midiática brasileira. Ou seja, há um processo de apropriação e hibridização por parte dos angolanos de conteúdos disponibilizados pelos jornais, revistas, rádios, fotonovelas, discos, cinema e televisões. Os angolanos se sentem próximos do Brasil a ponto de se considerarem seus irmãos e procurando empenhar-se em conhecer as canções, a literatura e todas as manifestações culturais e artísticas do Brasil.

É assim que, mesmo ainda sob o domínio de Portugal, o futebol, com Pelé e Garrincha, o carnaval, a literatura, com Jorge Amado, José Lins Rego, Graciliano Ramos, revistas como Seleções do Readers Digest, fotonovelas e música brasileira atraíam o interesse da vasta audiência angolana. E o diálogo abaixo, extraído do Romance “Geração da Utopia”

do escritor angolano Pepetela, ressalta o sentimento de amizade dos angolanos para com os brasileiros em detrimento de Portugal:

Qual Camões, qual Pessoa, Drummond de Andrade é que era, tudo estava nele, até a situação de Angola se podia inferir na sua poesia. Por isso vos digo, os portugueses passam a vida a querer-nos impingir a sua poesia, temos de a estudar na escola, e escondem-nos os brasileiros, nossos irmãos, poetas e prosadores sublimes, relatando os nossos problemas e numa linguagem bem mais próxima da que falamos nas cidades. Quem não leu Drummond é um analfabeto. (PEPETELA, 2013, p. 32)

A atração de produtos brasileiros era crescente. É assim que mesmo depois de finais dos anos 1950, Gilberto Freire ter sido recebido com reservas pelas autoridades portuguesas em Angola devido suas ideias sobre o luso-tropicalismo, em 1968, em digressão pelo mundo, Roberto Carlos realiza quatro shows em Luanda para a alegria de seus fãs. E o antigo comandante do MPLA, hoje partido no poder em Angola, Iko Carreira, conta em suas memórias que durante a inauguração da Embaixada do Brasil em Gana na década de 1960. “Era a festa nacional do Brasil e entre convidados havia angolanos que, uma vez a recepção terminada, foram convidados a ficar para brindar à moda brasileira. (...) E por mais incrível que pareça, os angolanos sabiam mais canções brasileiras do que os próprios brasileiros (CARREIRA, 2005, p.46).

Por seu turno, a pesquisadora Anabela Cunha corrobora com tal depoimento acentuando o fascínio que os cidadãos angolanos nutrem pelos produtos da indústria cultural brasileira, resultando em influências e apropriações importantes para o processo de elaboração da sua identidade. “A fascinação que certos angolanos sentiam pelo Brasil era enorme, ao ponto de que quando ouvissem música brasileira sentiam-na como sua (CUNHA, 2011, p. 135)”.

Chegada da novela brasileira em Angola

Todo esse fluxo cultural e comercial inaugurado com o tráfico de escravos para as Américas sofre um grande incremento com o surgimento da televisão em Angola e com a exibição da primeira novela brasileira em 1977. “Eu nasci Assim, Eu cresci assim, eu sou mesmo Assim, Gabriela”. Dois anos após a proclamação da independência de Angola, é exibida a

telenovela Gabriela, produzida pela Rede Globo de Televisão em 1975. Desde aquela época até aos dias atuais as noites das famílias angolanas, reunidas em torno da televisão para seguir as telenovelas, jamais foram como antes, graças, conforme Yves Dumont, da Rede Globo de Televisão, ao bom entretenimento que proporciona momentos de sonho, ao papel de agente transformador da realidade cotidiana e à sua forte componente mercadológica (DUMONT, 2004, p. 114). “Sonha, tudo sonha”³.

Em 1977, foi a primeira vez na história do país, recém-independente de Portugal, que se exibiu uma telenovela no único canal de televisão, criado dois anos antes. O produto audiovisual gravado pela TV Globo em 1975, foi primeiramente adquirido pela Radiotelevisão Portuguesa, e, a partir daí, pelos países africanos de língua portuguesa (BRITTOS, BOLAÑO, 2005, p.135-136). No novo cenário pós-independência, marcado pelo esforço em torno da construção das bases do socialismo, a guerra impôs-se como um elemento condicionante da organização e funcionamento do novo aparelho administrativo do Estado, bem como impulsionou a expansão desordenada dos aglomerados urbanos confrontados com a chegada inesperada de milhares de novos inquilinos fugidos do campo. Assim, “a cidade de Luanda vê aumentar de forma dramática a sua população, muitos fugindo à guerra civil, outros, simplesmente, atraídos pela miragem das melhores condições de vida na cidade (JACOB, 2011, p. 35-36)”.

Com 132 capítulos, escrita por Walter George Durst e dirigida por Walter Avancini e Gonzaga Blota, o enredo versava sobre a seca nordestina e a pacata cidade litoral de Ilhéus, onde os coronéis eram a lei, sendo obstáculo para a renovação política e social da referida sociedade. Gabriela representou o primeiro sucesso da teledramaturgia brasileira em Angola, repetida por outras novelas da TV Globo como Bem-Amado, Escrava Isaura, Cambalacho, Roque Santeiro, Vereda Tropical, Mulheres de Areia, Cabocla, Xica da Silva, Pedra sobre pedra e outras. Exibida às 21 horas, depois do telejornal, a novela constituiu-se no maior atractivo dos telespectadores angolanos, que encontraram nesse produto da indústria cultural um momento de descontração e lazer.

Num contexto político e social bastante complexo, o país celebrava o seu segundo ano de independência. Às novas autoridades se apresentava o premente desafio de normalizar a vida das populações

3 Uma das trilhas da novela Gabriela na voz da cantora Nana Caymmi.

e das instituições lançando as bases para o desenvolvimento político, económico e sociocultural. A construção dos fundamentos do Estado e da nacionalidade angolana inscreve-se no âmbito dessas inquietações. “A superficialidade da observação, o preconceito ou os complexos que marcaram a existência no período colonial, estarão presentes actualmente. É natural que assim seja”, alertava o presidente Agostinho Neto, em discurso proferido no ato de tomada de posse dos novos membros da União dos Escritores Angolanos em 08 de Janeiro de 1979. E mais adiante, depois de se referir à hesitação e dúvidas da parte de intelectuais sobre se a cultura portuguesa seria ou não a “que deveria ser apresentada como a emanção cultural do povo angolano”, sublinhou: “a cultura não pode inscrever-se no chauvinismo, nem pretender evitar o dinamismo da vida”. Porém, “Repetir os aspectos importados da cultura, é um acto que ninguém certamente aprova”. Pois “Desenvolver a cultura não significa submetê-la a outras.” (NETO, 1980)

Portanto, é no contexto deste instigante debate em prol da afirmação da identidade nacional que a telenovela brasileira é exibida, tornando-se num amparador da reflexão em torno da definição e delimitação teórica de conceitos como a cultura nacional, a identidade, cidadania e tradição versus modernidade, a religião e o ateísmo. Enfim, um debate sobre a angolanidade.

Como experiência de sociabilidade, a novela, segundo Lopes (2003) aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária, tornando-se numa forma de narrativa sobre a nação e um modo de se participar dessa nação imaginada. Os telespectadores sentem-se como coparticipantes do enredo, mobilizando e agregando à narrativas informações do seu próprio cotidiano. A telenovela brasileira transformou-se assim num dos fenómenos mais representativos da modernidade angolana, interpelando os espectadores e intimando toda a sociedade a dialogar sobre a sua identidade cultural, enquanto suporte da nacionalidade (LOPES, 2003, p. 30). Era a ágora voltada para a reflexão sobre o “NÓS”, definido pelo pertencimento a essa comunidade imaginada e expresso no debate transversal sobre preocupações partilhadas, tais como a liberdade, a paz, o moderno e o tradicional, a riqueza e pobreza, o velho e o novo, o homem e a mulher, a justiça e injustiça, rural e urbano, o sagrado e o profano.

A telenovela, como herdeira do folhetim e do melodrama, tem, assim, a capacidade de se transformar em fórum onde se encontram e se fazem dialogar os diversos públicos sobre variados e ilimitados temas que os inquietam. Essa empatia com a audiência foi graças a elaboração de um discurso simples e de fácil entendimento para os diferentes segmentos da audiência; a escolha de temas atraentes e ou atuais como a felicidade, o amor, a luta contra a corrupção, a mobilidade social, a diversidade sexual, o diálogo entre pais e filhos, emponderamento da mulher, por outro lado. Assim, a telenovela apresenta um modelo de vida que vai influenciar preferências de parte significativa dos telespectadores problematizando temas-tabus e projetando um novo olhar para a sociedade em construção.

Portanto, na complexidade do debate sobre a modernidade, através do caráter universal dos temas colocados em agenda, a dramaturgia brasileira, converteu-se num dos modelos inspiradores para a maioria dos telespectadores envolvidos no processo de busca por um novo estilo de vida através do consumo de bens materiais e imateriais. “Quanto mais a tradição perde seu domínio, e quanto mais a vida diária é reconstruída em termos do jogo dialéctico entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções.” (Giddens, 2002, p.13)

“Eu sou sempre igual/não desejo mal...”, 45 anos depois da primeira exibição de Gabriela, a voz de Gal permanece nos ouvidos dos espectadores que acompanharam a referida novela. A razão de tanto sucesso das telenovelas em Angola pode ser encontrada no passado colonial iniciada com expansão europeia no século XV, na língua e na cultura comuns, que no seu conjunto constituem o denominador da idiossincrasia dos povos angolanos e latino americanos. “Esses espaços ou mercados culturais são unificados pela linguagem mesmo que sotaques diferentes possam dividir os países” (STRAUBHAAR, 2004, p.86). Esses podem ser os elementos mais visíveis, desse encontro intercultural, porém além da matriz cultural comum evocada acima, o audiovisual, pelas suas características técnicas, que agregam o som, a imagem e a voz na construção da sua narrativa, gozam do privilégio de ativar simultaneamente elementos intrínsecos à cultura da tamboralidade⁴. Aliás, o sucesso do rádio e da televisão terá como

4 A Tamboralidade (Tambor+Oralidade) é o processo epistemológico proposto por (AUTOR) cuja perspectiva é estudar a complexidade estrutural do discurso típico das culturas assentes na oralidade, que condensam na sua densidade signíca o compasso da vida, onde, sob o ritmo da poesia e da magia do conto, fábula e dos provér-

garantia de audiência a activação dos sentidos, visão e ouvido, para a televisão, e a audição para o rádio, enquanto meios de comunicação considerados, por McLuhan como extensões do próprio homem. “A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano.” (LOPES, 2003, P. 30)

Num contexto de imensas dificuldades de circulação de pessoas e bens, quer por via terrestre, aérea ou marítima, e de condições de acesso restritas de comunicações telefônicas, os meios de comunicação social, com destaque para rádio e a televisão, acabaram assumindo papel preponderante na interligação das diferentes localidades, inclusive na demarcação e definição do espaço geográfico do país, sobre o qual se devia exercer a administração estatal. E graças ao concurso das mediações, nesse espaço imaginário, ou seja, “comunidade imaginada”, segundo Anderson (2008), as populações foram tomando consciência gradual de si, enquanto ente soberano que ocupa um espaço geográfico e comunga com seus semelhantes um código linguístico e um mesmo imaginário colectivo. Ou seja, que todos tenham no exercício da memória e do esquecimento as sinergias para a construção de sua identidade colectiva.

Negócios Brasil-Angola

O volume de negócio entre os dois países tem crescido continuamente tendo atingido cerca de 1000 % em 2008. Para ilustração, Paulo Fagundes Visentini cita os casos da presença da Petrobrás e de mais de 50 empresas brasileiras. Segundo o autor, a Odebrecht chegou a empregar cerca de dez mil pessoas e já construiu seis hidroelétricas. Conta ainda que em 1986, registrou-se a compra de camiões militares fabricados pela Engesa, num contrato avaliado em 150 milhões de dólares. Em 1988, empréstimo dado a Angola foi de 235 milhões de dólares (VISENTINI, 2016, p.126).

bios, se misturam e se confundem o sagrado e profano. Ou seja, define, exprime e estrutura toda a subjetividade e identidade que dá sentido ontológico à vida do homem tradicional, sendo através dela que se sistematizam conhecimentos, hábitos e habilidade.

Quanto às exportações para Angola, adianta que em 2003 cifraram-se em 235 milhões de dólares. Em 2008, 1,9 bilhão de dólares. Neste mesmo ano a Petrobrás, que está no país desde 1979, a Odebrecht, Costa Negócios e Tecnologia e a Volvo do Brasil todas exportaram acima de 50 milhões de dólares. Foi aberta igualmente uma linha de crédito para Angola em 2012 – com a garantia de reembolso através da entrega de 20 mil barris de petróleo por dia à parte brasileira. Entre 2010-2014, a Petrobrás planejara investir 5% dos seus investimentos no exterior em Angola, somando um total de 795 milhões de dólares. Segundo dados da ApexBrasil⁵, o Brasil tem quase sempre obtido saldos positivos na balança comercial com Angola ao longo de 2000 a 2010, acumulando um superávit de US\$ 3,4 bilhões.

A presença de empresas e de investimentos brasileiros em Angola não se restringe à Petrobras. Mais de cinquenta empresas brasileiras (grandes, médias e pequenas) estão já instaladas em Luanda e outras cidades, segundo a Associação de Empresários e Executivos Brasileiros em Angola (AEBRAN). Somente o Grupo Odebrecht de construção civil emprega 10 mil pessoas, e já construiu seis centrais hidroelétricas e protagoniza com as construtoras brasileiras Camargo Correa e Andrade Gutierrez e as chinesas o processo de reconstrução do país após a guerra civil (VISENTINI, 2016, p.126).

A presença da Odebrecht em Angola, segundo Zanini (2017), é bastante expressiva e abrange diversas áreas desde construção civil, açucareira, diamantes, gestão imobiliária e inclusive uma rede de supermercados. O projeto BIOCUM, iniciado em 2008, teve um investimento inicial de 750 milhões de dólares dinheiro financiado pelo BNDES, tendo como meta expandir os atuais 11 mil hectares para cerca de 39 mil, até 2020. O empreendimento prevê produzir a cifra de 225 mil toneladas de açúcar. Sociedade Mineira do Catoca, criada em 1993, a maior de Angola e a quarta maior do mundo, num ranking liderado pela Rússia, Botsuana e África do Sul é uma concessão com 366 km². Tem cerca de 2 mil trabalhadores diretos e 1500 terceirizados 80 % dos quais são angolanos. A produção gera em torno de 10 milhões de quilates por ano. A Odebrecht também esteve envolvida na construção e gestão da rede pública de supermercados ‘Nosso Super’ orçado em 60 milhões de dólares, uma rede que em 2015 tinha 41 lojas com 1500 trabalhadores dos quais 21 brasileiros. Apor seu turno, a empresa

⁵ https://www.franchisingbrasil.com/wp-content/uploads/2013/08/PERFIL_ANGOLA.pdf

Queirós Galvão, por exemplo, atualmente, opera na limpeza e recolha de resíduos sólidos nas ruas de Luanda.

O intercâmbio cultural e acadêmico entre os dois países não para de crescer, abrangendo outros setores como a difusão da cultura brasileira em África, onde se destaca a criação dos centros culturais brasileiros. É no âmbito desse esforço que se inscreve a transmissão da telenovela brasileira em Angola. Segundo o professor de relações exteriores Pio Penna Filho: “Os produtos culturais brasileiros são mais conhecidos em Angola do que o contrário. Nossos meios de Comunicação têm importância fundamental para melhorar isso.” (FERREIRA, FERREIRA, 2017)

Além da via governamental, a esfera privada brasileira também aumenta sua influência ideológico-cultural sobre o mercado angolano. Cerca de 150 mil lares angolanos assinam a programação integral da Rede Globo Internacional de TV, fora os programas comprados pelas emissoras locais de Angola. A Associação Brasileira de franchising (ABF) registrou, até 2008, treze franquias de marcas brasileiras funcionando em Angola. O boticário, Richards, Escolas FISK, Sapataria do Mundo, Mundo Verde, Mister Sheik, Livrarias e Papelarias Nobel, entre outras (VISENTINI, 2016, p.125).

A presença de empresas brasileiras na construção de hidroelétricas, exploração de diamantes e de petróleo, o intercâmbio técnico, científico e cultural está na base da deslocação de mais de 30 mil brasileiros para viverem e trabalharem em território angolano. Por outro lado, em Angola, o número de fiéis das igrejas Universal do Reino de Deus e da Mundial crescem a cada dia, superando a marca dos milhares. Angolanos, por seu turno, buscam no Brasil formação em universidades públicas e privadas, aquisição de maquinarias, têxteis, produtos manufaturados e outros de que necessita para o seu desenvolvimento. O número de lares assinantes de programação de televisões brasileiras como a Rede Globo Internacional e da TV Record é estimado em mais de 150 mil, segundo Paulo Fagundes Visentini (2016, p.125), colocando a produção televisiva como um importante fator de *soft power* no intercâmbio cultural entre os dois países.

A telenovela Roque Santeiro foi exibida pela Televisão Pública de Angola entre os anos de 1985 -1986, sendo a que mais marcas deixou no imaginário coletivo dos espectadores angolanos, não só pela audiência, mas pelas referências deixadas na cidade de Luanda, cujo mercado principal se chamava Roque Santeiro. Além deste, ao longo da

novela foram pipocando outros mercados informais de menor dimensão como Asa Branca e Beatu Salu. Mesmo sendo uma novela inspirada na realidade do nordeste brasileiro, Roque Santeiro falava no íntimo dos angolanos, das suas batalhas, traumas e ansiedades. E o escritor angolano Ondaki, no seu livro *Os da Minha Rua* (2015, p.113), obra onde narra as peripécias da sua infância em Luanda, sublinha que por altura do fim da novela Roque Santeiro ninguém falava mais em outra coisa, e revela que chorou ao se aperceber antecipadamente, através de uma colega da escola, que Zé das Medalhas morreria afogado.

O sentimento de frustração diante da independência conquistada com armas na mão, mas que não trouxe paz nem bem-estar imediatos. E Roque Santeiro profetizava com alguma antecipação, em 1986, fatos que só viriam a ocorrer de forma trágica em Angola em 1992.

O Anticristo vem aí acaba com tudo. No ano de 1990, vai havê muito pasto e pouco rasto. E só um pastor e só um rebanho. No ano de 1991, vai havê muito chapéu e pouca cabeça. No ano de 1992, a água vai virá sangue e vai chovê uma grande chuva de estrelas. Aí vai sê o fim do mundo. E aí Roque vai chega, montado no cavalo de Deus. (GOMES, 1987. p.49).

Depois dos Acordos de Paz rubricados entre o Governo de Angola e o movimento rebelde UNITA, em Bicesse, Portugal, a 31 de maio de 1991, em 1992, teve lugar as primeiras eleições multipartidárias. O partido da situação (MPLA) venceu as eleições, vitória não reconhecida pelo principal partido da oposição (UNITA). Confirmando a profecia, a guerra voltou com todo o seu cortejo de mortos, feridos e deslocados. Centenas de corpos espalhados pelas ruas das cidades e bairros são recolhidos e enterrados em vala comum.

As telenovelas brasileiras têm sido importantes na cooperação entre Brasil e Angola, basta observarmos a pesquisa de audiência desenvolvida pelo docente universitário Paulo de Carvalho (CARVALHO, 2002, p.128)⁶, segundo a qual a telenovela exibida no período da tarde ocupa o terceiro lugar com 46,0% e a da Noite vem a seguir com 36,0% da audiência, cuja liderança é ocupada pelo Telejornal, com 76,4% e, segundo, Ecos & Fatos, com 57,8% da audiência.

O audiovisual proporcionou aos telespectadores angolanos conhecimento da realidade sociocultural e económica do Brasil, fator

⁶ Pesquisa desenvolvida entre os dias 3 e 16 de abril de 2002, pelo Sociólogo Paulo de Carvalho e disponibilizada em Livro pela Editora Nzila Coleção Ensaio – 13.

indispensável nas relações entre os dois povos. Basta ver, o fato de angolanos que nunca estiveram no Brasil, mas através da televisão e da telenovela conhecerem cidades e lugares deste país. “Então, eles conversam conosco, brasileiros, com uma absoluta intimidade. Eles dizem que moram dentro da casa da gente (...) Somos absolutamente adorados, portanto, eles abrem todas as portas para a gente entrar” (AUTOR, 1998, p. 104-105)⁷.

A telenovela e o Soft Power

O conhecimento mútuo entre os cidadãos dos dois países acaba facilitando a cooperação. A relação entre brasileiros e angolanos é familiar, inclusive no ponto de vista da semelhança da paisagem dos dois países, mas também na diversidade racial e nas manifestações culturais. O Samba do Brasil é próximo ao Semba de Angola. “A produção audiovisual brasileira, a par do futebol, da música e do carnaval, tem sido fator importante de *Soft Power* (poder suave) na projeção da imagem do Brasil no exterior...” (BALLERINI, 2017. p.11).

Ainda o pesquisador Nestor Garcia Canclini, no seu livro *Latino-americanos à procura de um lugar neste século* (2008) reconhece na telenovela e na música como sendo partes da cultura brasileira com maior repercussão em outras nações. E para percebermos o papel que a produção audiovisual da Rede Globo de Televisão pode ter no aprofundamento dos laços de cooperação político-diplomática, técnico-científica e comercial, entre o Brasil e Angola, importa esclarecer o que de fato representa o *Soft Power* nas relações interestatais. Segundo Manuel Castells (2009, p.57),

O poder é a capacidade relacional que permite a um actor social influenciar assimetricamente as decisões de outro(s) actor(es) social(is) de formas que favoreçam a vontade e os interesses do actor que detém o poder. O poder pode ser exercido por meio da coerção (ou a possibilidade de coerção) e/ou pela construção de significado com base em discursos por meio dos quais os actores sociais orientam suas acções.

Quer dizer, poder, definido como a capacidade de fazer com que o adversário faça a sua vontade, pode ser exercido por intermédio

⁷ Depoimento do Professor da USP Francisco Medeiros durante conferência proferida durante o Seminário “Os Caminhos e Descaminhos do Teatro” realizado no Centro de Estudos Teatrais em 1998.

da componente militar (*Hard Power*) e do *Soft Power* (poder suave). Enquanto o primeiro se refere ao uso de material bélico pelas Forças Armadas e demais órgãos de Segurança, já o *Soft Power* remete para o recurso aos elementos da cultura e dos valores da identidade nacional. É aqui onde reside a importância estratégica dos meios de comunicação social, em geral, e da televisão, em particular.

O termo *Soft Power* surgiu depois da queda do Muro de Berlim e do fim da guerra fria que opôs durante 40 anos as potências ocidentais e os países do Sistema Socialista Mundial encabeçada pela União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. Em 1990, o professor americano de Harvard Joseph Nye através do seu livro intitulado *Bound to lead: the changing nature of American Power*, sublinha a importância do movimento de atores não estatais no cenário internacional com destaque para as organizações não governamentais na abordagem de temas transversal como; ambiente, combate à pobreza, endemias etc. Assim, *Soft Power*, segundo o autor:

É a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos. Surge da atratividade de um país por meio da sua cultura, de sua política e de seus ideais. Quando se consegue que os outros admirem seus ideais e queiram o que você quer, não é preciso muito com políticas de incentivo e sanções para movê-los na sua direção. A sedução é sempre mais eficaz que a coerção, e muitos dos valores como a democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores. (NYE apud BALLERINI, 2017, p.17)

Os elementos da cultura de um país, os valores políticos e a legitimidade da sua política externa, segundo o autor, constituem a fonte de *Soft Power*, capaz de atrair a simpatia de outros povos. A música, a dança, a escultura, a literatura e todas as manifestações culturais e artísticas representam a primeira fonte do exercício da hegemonia ou autonomia na relação entre povos e países. Como segunda fonte, se posiciona o respeito aos direitos humanos plasmados na Carta Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas.

Se olharmos para o volume ascendente da cooperação alcançada entre Angola e o Brasil, facilmente poderemos apreender a importância e o poder de influência que a produção audiovisual do Brasil teve e tem na promoção da imagem e da cooperação entre os dois países. E o professor e pesquisador de assuntos relacionados à África, Pio Penna

Filho, reconhece a desempenho do audiovisual no melhoramento desse relacionamento: “Nossos meios de comunicação têm importância fundamental para melhorar isso (FERREIRA, FERREIRA, 2017)”. E mais adiante ele explica: “Nenhum outro país tem tanta receptividade à cultura brasileira. Inclusive, também em relação ao idioma, há compreensão mútua. Temos tudo para que essas relações se aproximem mais. Nossas músicas chegam a Angola desde a década de 1980. Nossas novelas, também” (FILHO, 2017).

Considerações finais

Portanto a produção televisiva brasileira foi a expressão mais impactante nos contatos entre os dois povos após o ato de reconhecimento do Governo Angolano pelo Brasil em 1975. Foi através dos produtos da indústria cultural, que a maioria de angolanos tomou conhecimento da realidade cultural do Brasil e por via disso criou empatia com os produtos brasileiros. Basta ver que foi depois das telenovelas, que chegaram as demais empresas, que acabaram incrementando as trocas culturais e comerciais com Angola. Na cultura, como na economia, Angola mantém laços sólidos com o Brasil. Três canais de TV brasileiros (Globo, Record e, mais recentemente, Band) transmitem sua programação no país.

A grande audiência das emissoras faz com que crimes ou acontecimentos com grande repercussão no Brasil como o caso do impeachment do Presidente Collor de Melo e da Dilma Rousseff, as investigações e as apreensões no âmbito da lava-jato sejam acompanhados com atenção pela imprensa e pelo público angolano. Brigas de casais brasileiros famosos, por sua vez, acabam nas páginas da Revista Caras Angola, filial da revista de celebridades nas rádios, sobretudo da Capital. Ou seja, acontecimentos ocorridos no Brasil acabam se convertendo em agenda para a audiência em Angola. Aliás, como se pode aperceber ao sintonizar as diferentes rádios ou ao frequentarmos os restaurantes e danceterias badaladas, a gastronomia e os sabores das iguarias e o ritmo das músicas brasileiras (Samba e o MPB) marcam presença obrigatória.

A cultura brasileira domina completamente Angola', diz Reginaldo Silva. Segundo o jornalista, a influência do Brasil nesse campo é tão grande que já altera o modo de falar dos angolanos, que passaram a incorporar gírias e expressões brasileiras. 'Pela via cultural, há uma colonização absoluta de Angola pelo Brasil (SILVA, 2012).

No entanto, na recepção e apropriação do audiovisual brasileiro, emergiu um novo mercado de oportunidades para a televisão angolana. Na sequência de mais de 40 anos de presença da telenovela brasileira, a produção audiovisual angolana encabeçada pela Televisão Pública de Angola tem procurado lançar no mercado produtos de sua criação e exportá-los para os países da CPLP e outros mercados. Por exemplo, as novelas *Jukulomessu* (*Abre Olhos*) e *Windeck* (*Subir na vida tem preço*), foram transmitidas em Portugal, França, Nigéria, Gana, Costa do Marfim, Canadá Cabo Verde e Reino Unido. As duas novelas foram indicadas como melhores telenovelas, em 2013, no International Emmy Award, classificação obtida igualmente pelas novelas "Avenida Brasil" e "Lado a Lado", ambas da Rede Globo de Televisão. *Jukulomessu* e *Windeck* foram também exibidas pela TV Brasil.

O *Soft Power* apresenta-se como vontade manifesta de um ator internacional de projetar poder pela via da cultura. No entanto, num ambiente de convergência mediática, se a nação é um lugar de construção simbólica e de identidades, a apropriação e inculturação da audiência de determinado país, pode ser uma via para a participação do Estado-Nacional na construção de uma narrativa universal e transnacional que auxilia a estratégia de afirmação da sua identidade nacional e inserção no mundo. E o exemplo de Angola é bem ilustrativo, pois ao fim de mais de 40 anos de recepção de novelas brasileiras, ela tece sua cosmovisão através da própria narrativa ficcional assente no seu repertório cultural e identitário.

A telenovela brasileira, enquanto produto audiovisual de grande audiência representa o meio privilegiado através do qual se vai estruturar e projetar uma narrativa em prol do progresso e da modernidade atraentes graças ao ímã reluzente de produtos gerados pela indústria, pela moda, música e pelas manifestações artísticas e culturais. Portanto, o passado histórico comum e os laços de consaguinidade que une os povos das duas margens do Atlântico, hoje reforçados pelo *Soft Power* da indústria cultural, propiciam um ambiente de empatia partilhada entre brasileiros e angolanos. Portanto, as marcas culturais como representações

interculturais podem ser encontradas em vários domínios da vida dos angolanos tais como na linguagem, na moda, gastronomia, na música, beleza, bem como na nascente indústria de produção de novelas angolanas, e nos nomes de pessoas, nos relacionamentos íntimos e na toponímia das ruas e dos mercados da capital, Luanda.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas: Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. S. Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- BALLERINI, Franthiesco. **Poder Sua (Soft Power). Arte africana. Arte Milenar Chinesa. Arte renascentista. Balé Russo. Bollywood. Bossa Nova. British Invasion. Carnaval. Cultura Mag Japonesa. Hollywood. Moda Francesa. Tango. Telenovelas**. S. Paulo: Sumus, 2017.
- BRITTOS, Valério Cruz. BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). **Rede Globo. 40 anos de poder e hegemonia**. 2ª Ed. São Paulo: PAULUS, 2005.
- CANCLINI, Néstor García. **Latino-americanos à procura de um lugar neste século**. São Paulo: Editora Iluminura, 2008.
- CARREIRA, Iko. **Memórias**. Luanda: Editora Nzila, 2005.
- CARVALHO, Paulo de. **Audiência de Media em Luanda**. Luanda: Editorial Zila, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 17ª Edição, São Paulo: Paz & Terra, 2016.
- CUNHA, Anabela. **Influência da literatura brasileira na literatura angolana**. Luanda: Revista Angolana de Sociologia, p.129-140, 2011.
- DOS SANTOS, Loureiro. **A Idade Imperial. A Nova Era. Reflexões sobre a Estratégia III**. 6ª Edição, Lisboa: Publicações Europa-América, 2003.
- DRUMONT, Yves. **As divisões internacionais da televisão brasileira**. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GOMES, Dias. **Roque Santeiro**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1987.
- JACOB, Berta Maria Oliveira. **A toponímia de Luanda. Das memórias coloniais às pós-coloniais**. Universidade Aberta, Lisboa, 2011.
- JÚNIOR, Miguel, DIFUILA, Manuel Maria (Coord.). **História Militar de Angola**. Luanda: Kilombelombe, 2015.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação**. São Paulo: Comunicação & Educação, (26): 17-34, jan./abr.2003.
- _____. **Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação**. Comunicação & Educação, São Paulo, (26): 17-34, jan./abr.2003.

XXX garantindo avaliação cega

NETO, Agostinho. **Ainda o meu sonho**. São Paulo: Edições 70, 1980.

ONDJAKI. **Os da minha rua**. 7ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Língua Geral Lda., 2015.

PEPETELA. **A Geração da Utopia**. Luanda: Texto Editora, 2013.

STRAUBHAAR, Joseph. **As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências**. In:

WHEELER, Douglas, PÉLISSIER, René. **História de Angola**. Lisboa: Tinta da China, 2009.

VISENTINI, Paulo Fagundes. **A relação Brasil – África. Prestígio, cooperação ou negócios?** Editora Alta Books: Rio de Janeiro, 2016.

Telegrama da Representação Especial brasileira em Luanda para Secretaria de Estado, 31 out. 1975 apud Santos, Rocha, 2015, p. 226, <http://www.verinotio.org/conteudo/0.3160960518904925.pdf>

Site da APEXBRASIL https://www.franchisingbrasil.com/wp-content/uploads/2013/08/PERFIL_ANGOLA.pdf acessado em 2017;

FERREIRA, Priscila, FERREIRA, Luiz Claudio. **Brasil mantém 46 acordos com Angola, e intercâmbio tende a aumentar**. Agência Brasil. Brasília, 2017. Brasil mantém 46 acordos com Angola, e intercâmbio tende a aumentar | Agência Brasil (ebc.com.br) acessado aos 13 de Março de 2022.

GRILLO, Cristina. **Angola Relembra domínio Brasileiro**. 2000, <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1004200020.htm> acessado aos 12 de Março de 2022.

Telegrama da Representação Especial brasileira em Luanda para Secretaria de Estado, 31 out. 1975 apud Santos, Rocha, 2015, p. 226), <http://www.verinotio.org/conteudo/0.3160960518904925.pdf>.

SANTANA, http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364180234_ARQUIVO_BRASILEANGOLA-ANPUH.pdf

SILVA, Reginaldo. <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/09/em-angola-brasil-testa-papel-de-potencia-global.html> .

Data do recebimento: 15/03/2022

Data da aprovação: 25/04/2022



