

EDNEY RICARDO NONATO MANGONGO

**O IMPACTO DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS  
NA CULTURA ANGOLANA**

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV

2020

EDNEY RICARDO NONATO MANGONGO

# **O IMPACTO DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS NA CULTURA ANGOLANA**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Kátia Fraga

Co-orientadora: Eugene Francklin

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

2020



**Universidade Federal de Viçosa**  
**Departamento de Comunicação Social**  
**Curso de Comunicação Social - Jornalismo**

Monografia intitulada *O impacto das telenovelas brasileiras na cultura angolana*, de autoria do estudante Edney Ricardo Nonato Mangongo, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Prof. Dra. Kátia Fraga – Orientadora  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

---

Prof. Ma. Eugene Francklin – Co-orientadora  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

---

Prof. Dra. Mariana Ramalho Procópio – UFV  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

---

Mestranda Adriana Helena Freitas – UFV  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

Viçosa, 14 de dezembro de 2020

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter iluminado o meu caminho para a realização deste trabalho. Aos meus pais, às minhas bases Avó Catarina, Avó Angélica, Avó Branca e seu esposo Avô Capita, e à minha querida avó Albertina José, por ter me dado a honra e o privilégio de concluir a minha graduação em terras do pão de queijo e do melhor doce de leite do Brasil (Doce de Leite Viçosa).

Às Professoras Kátia Fraga e Eugene Francklin, orientadora e co-orientadora deste Trabalho de Conclusão de Curso pela consumação de um sonho realizado.

À cidade de Viçosa-MG, em particular à Universidade Federal de Viçosa por me proporcionar alegrias e também aprendizados com os momentos de tristezas. Ao Departamento de Comunicação Social - DCM e a todos os técnicos, em especial ao Albert Ferreira e ao Leandro Vieira.

A todo corpo de docentes do DCM, em especial aos professores Joaquim Lannes e Felipe Menicucci, por todo suporte e ensinamentos imprescindíveis para me tornar um profissional da área de Jornalismo, sobretudo por serem a mola propulsora da concretização desta formação. Aos meus colegas António Vieira, Salatiel Oliveira, Adriana Helena e Maria Gabriela Matos.

Meus sinceros agradecimentos aos amigos Manuel Moisés Bessa, António Melo, Rui dos Santos, Elias Frederico, Sandro Lucanga, Bernardo Caculo, Osvaldo Aristides Ngolo, Manuel Conjo, Osvaldo Cassinela, Yan Xavier, Lainesse Samussone e Carlos Akhdar.

Agradecimentos estendidos a toda família Nonato; Sebastião e José. Ao tio Verissimo Wangalala Nonato, amigo Geraldo Luís Andrade, Juliana Garcia, Kamila Jacob, Dr. Gabriel Dutra e Alexandre Junio dos Santos. Quando se fala em família, não é possível se esquecer das repúblicas Casa Branca, La Paz, Selva (BH-Pampulha), Qkické e aos verdadeiros amigos africanos em Viçosa e pelo resto do Brasil.

Por último, não menos importante, à Lícea Matias, que nunca mediu esforços e acima de tudo fez o possível e impossível para que este trabalho se concretizasse. Obrigado por sempre apontar a direção certa da rota a ser percorrida e por acreditar em mim. Gratidão eterna por cruzar o meu caminho.

## **RESUMO**

O presente trabalho tem como foco analisar as possíveis marcas culturais oriundas de duas telenovelas brasileiras exibidas em Angola: *O Clone* (2001) e *Avenida Brasil* (2012). Nesse sentido, enquanto produto midiático da indústria cultural brasileira, as telenovelas buscam impactar e agregar progressivamente o maior número de consumidores e, conseqüentemente, aumentar a audiência. Para isso, é necessário que seus discursos e temáticas suscitem curiosidade e reconhecimento por parte do público, de tal forma que comprem a ideia veiculada e passem a incorporar em seu cotidiano elementos culturais ligados às narrativas, favorecendo o processo de aculturação. Além do fato dos conteúdos das telenovelas evidenciarem e propagarem a pluralidade cultural presente no Brasil, as ficções também se inclinam em apresentar culturas de outros países. A construção deste trabalho baseou-se em levantamento bibliográfico e estabelecimento de questionário como instrumento de coleta de dados. A partir disso, entender as aproximações culturais geradas a partir das teledramaturgias, principalmente *O Clone* e *Avenida Brasil*, elucidada as individualidades e percepções presentes na forma em que os sujeitos angolanos recebem estas produções artísticas.

## **PALAVRAS-CHAVE:**

Novela brasileira; Aculturação; Angola.

## **ABSTRACT**

The present work focuses on analyzing the possible cultural brands from two Brazilian soap operas exhibited in Angola: *O Clone* (2001) and *Avenida Brasil* (2012). In this sense, as a media product of the Brazilian cultural industry, the soap operas seek to gradually impact and aggregate the largest number of consumers and, consequently, increase the audience. For this, it is necessary that their speeches and themes arouse curiosity and recognition by the public, in such a way that they buy the idea conveyed and begin to incorporate in their daily lives cultural elements linked to the narratives, favoring the process of acculturation. Besides the fact that the contents of the soap operas show and propagate the cultural plurality present in Brazil, the fiction is also inclined to present cultures from other countries. The construction of this work was based on a bibliographic survey and the establishment of a questionnaire as a data collection tool. From this, understand the cultural approaches generated from teledramaturgies, mainly *O Clone* and *Avenida Brasil*, elucidates the individualities and perceptions present in the way Angolan subjects receive these artistic productions.

## **KEY-WORDS**

Brazilian soap opera; Acculturation; Angola.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	7
<b>CAPÍTULO 1 – HISTÓRIA, CULTURA E SOCIEDADE ANGOLANA</b> .....	8
1.1 Processo Histórico .....	9
1.2 Cultura e Identidade Nacional .....	14
1.3 A Chegada e Desenvolvimento da TV em Angola .....	19
<b>CAPÍTULO 2 – AS TELENÓVELAS ENQUANTO PRODUTO CULTURAL, SUA HISTÓRIA E PRODUÇÃO NO BRASIL</b> .....	24
2.1 O Consumo da Telenovela .....	27
2.2 Rede Globo Enquanto Maior Produtora e Exportadora de Telenovelas .....	29
2.3 As Telenovelas e a Aculturação .....	31
<b>CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO DAS TELENÓVELAS <i>O CLONE</i> E <i>AVENIDA BRASIL</i></b> .....	35
3.1 O Clone .....	36
3.2 Avenida Brasil .....	37
<b>CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA</b> .....	39
<b>CAPÍTULO 5 – MUDANÇAS E INFLUÊNCIAS DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS NA CULTURA DE ANGOLA</b> .....	42
5.1 Impactos das Telenovelas <i>O Clone</i> e <i>Avenida Brasil</i> .....	49
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	53
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	55

## INTRODUÇÃO

A presença de grandes audiências de produções televisivas brasileiras em diversos países, se destaca como um mecanismo de influência e aprofundamento das questões socioculturais brasileiras. Um dos grandes consumidores destes produtos são os angolanos, demonstrando que os padrões culturais que caracterizam cada uma destas nações não são empecilhos para o reconhecimento das histórias narradas.

Um destes produtos midiáticos correspondem às telenovelas, que podem ser entendidas como um produto intercultural, nos permitindo relacioná-las a um meio de aproximação de hábitos, língua, comportamentos, artes e afins. Portanto, os sentidos, valores e vínculos disseminados mundialmente, mais especificamente em Angola, são passíveis de contribuir no processo de aculturação, fenômeno em que ocorre a junção de elementos ligados à cultura brasileira.

Ao se utilizar deste contexto, podemos estabelecer que este trabalho se pauta em analisar os possíveis impactos das telenovelas brasileiras na cultura angolana. Para este fim, foi analisado a maneira em que as teledramaturgias atuam sobre diferentes áreas da vida do público telespectador angolano, desde o cotidiano, ao modo de vestir, se relacionar, falar e interpretar o mundo à sua volta.

O primeiro capítulo deste trabalho se baseia no contexto da formação histórica, cultural e sociopolítica de Angola, visando apresentar ao leitor o contexto e peculiaridades do país. O capítulo também destaca conceitos de cultura, identidade cultural e nacional, partindo em seguida na inicialização sobre a chegada e desenvolvimento da TV no país, realçando aspectos importantes sobre a relação e aproximações culturais estabelecidas entre Angola e Brasil nesta fase.

O capítulo dois, apresenta como temas abordados, a história e produção cultural das telenovelas no Brasil, bem como o seu consumo frente às famílias brasileiras e estrangeiras, evidenciando como a Rede Globo<sup>®</sup> corrobora no processo de aculturação devido sua grande produção e disseminação internacional de material televisivo.

O capítulo três, traz uma breve apresentação das duas novelas escolhidas que nortearam a construção deste trabalho diante de seu notório índice de exportação: A obra de Glória Perez, *O Clone*, exibida em 2001 e a obra do autor João Emanuel Carneiro, *Avenida Brasil*, transmitida em 2012.

No capítulo quatro, são apresentados os procedimentos metodológicos para a construção desta pesquisa, de modo a possibilitar a compreensão da estrutura escolhida para sua fundamentação teórica e interpretação dos dados obtidos.

O capítulo cinco, expõe os resultados encontrados mediante as entrevistas realizadas, atentando-se na fundamentação teórica das principais obras que compõem este estudo. Em um primeiro momento é explanado acerca das mudanças e influências das telenovelas de um modo geral sobre a cultura de Angola e, posteriormente, se discute especificamente sobre os impactos das narrativas de *O Clone* e *Avenida Brasil*.

Por fim, estudar as influências e os impactos na sociedade angolana frente às telenovelas brasileiras é importante, pois entender a forma em que as narrativas ficcionais são recepcionadas revela seu expressivo alcance e capacidade de se estabelecerem como elementos identitários que ultrapassam nações.

## **CAPÍTULO 1 – HISTÓRIA, CULTURA E SOCIEDADE ANGOLANA**

Segundo historiadores, o território angolano foi povoado desde o período do Paleolítico Superior (40000 a.C). De acordo com Hohlfeldt e Carvalho (2012) tratava-se de povos que viviam à base da caça, pesca e recolhimento de recursos naturais, vulgarmente denominados de Bosquímanos, Pigmeus.

Etimologicamente o nome Angola é derivado de “Ngola” e foi criado pelos Ambundos ou simplesmente tratados como os Mbundos (grupo étnico bantu que habita na região que se estende da capital do país Luanda para o Leste), em representação a sede do reino dos “Ngolas” na altura liderado pelo rei “Ngola a Kiluanje”. Geograficamente, Angola localiza-se na Costa Ocidental da África Austral, possuindo uma extensão territorial de 1.246.700 km<sup>2</sup>, com uma população estimada em 29.334.992 de habitantes (INE, 2020; COUNTRYMETERS, 2020), sendo a maioria negra e de origem Bantu. Conforme Ndombele (2017, p. 72),

Além dos povos bantu, que são a maioria em Angola, esse território conta também com a presença das comunidades não bantu, os khoisan – grupo formado pelos hotentotes mais os vakankala, que são povos não negros, geralmente com uma estatura pequena, pele castanha clara, cabelos de tipo encaracolado e cujos olhos são do tipo oriental. Eles podem ser encontrados na faixa desértica do Namibe, na Serra da Chela, nas margens do Rio Cunene e na província do Kuando Kubango (NDOMBELE, 2017, p.72).

Ao que se refere ao clima, segundo Ngolo (2014), todo o território angolano está situado na região tropical, apresentando duas estações distintas: uma chuvosa, de

setembro a abril e outra seca, vulgo “cacimbo”, que vai de maio a agosto. E no extremo sudoeste do território predomina o clima desértico típico.

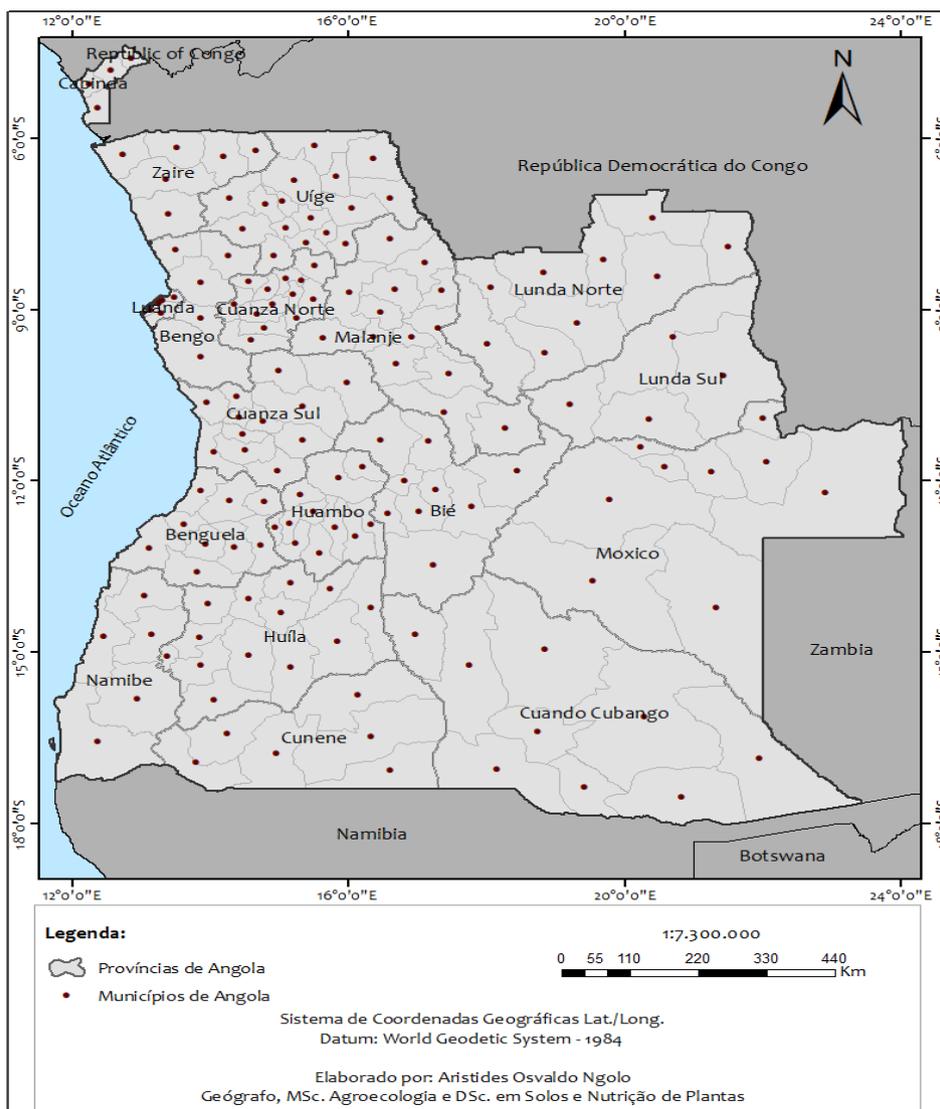
### **1.1 Processo Histórico**

O processo histórico do território de Angola foi marcado por disputas de terras. Como resultado, os descendentes dos Bosquímanos tiveram que se deslocar para o sul, por conta de uma invasão provocada pelo povo Bantu (origem étnica do povo angolano), oriundos do norte do país, precisamente no século VI d.C. O povo Bantu, segundo Hohlfeldt e Carvalho (2012, p. 87),

Eram caçadores e já dominavam algumas técnicas de metalurgia, cerâmica e agricultura. Ao longo da história angolana, houve sucessivos movimentos de migração semelhante, inclusive durante o século 20, sem que esses novos movimentos modificassem, essencialmente, aquilo que se configurara nos séculos anteriores, pelo menos até o século 13 (HOHLFELDT E CARVALHO, 2012, p. 87)

Os reinos do Congo, Kassanje, Matamba, Chingolo, Ndongo, Bailundo, Chiyaka e Ndulu constituíam sua formação mais antiga (BRITO NETO, 2005) e na atualidade, a divisão administrativa de Angola é composta por 18 Províncias, nomeadamente: Luanda (capital do país), Cabinda, Zaire, Uíge, Malanje, Kwanza-Norte, Bengo, Moxico, Lunda-Sul, Lunda-Norte, Bié, Huambo, Kwanza-sul, Benguela, Lubango, Namíbe, Kuando Kubango e Cunene. Abaixo, encontra-se o mapa dos limites do país:

**Figura 1: Divisão Administrativa do Território de Angola**



Fonte: Ngolo, 2020.

A língua oficial de Angola é o Português, sendo falado por 71% da população. Em relação às suas peculiaridades étnico-linguísticas, o país possui um total de oito línguas maternas reconhecidas, também conhecidas como dialetos, que servem de instrumentos de comunicação nas múltiplas situações correntes da vida de cada angolano, entre elas: Kimbundu, Umbundu, Fiote, Tcokwe, Kicongo, Ngangela, Muhumbi e Kwanhama (INE, 2016; ZAU, 2002).

De acordo com Silva (2018), a lógica mercantilista guiava as ações dos portugueses, os quais tinham como foco a busca por especiarias do oriente e sua comercialização com os países europeus. Diante disso, a conquista do território de Angola inicia-se com a chegada de uma companhia mercante portuguesa que ancorou na foz do rio Zaire em 1482, sob liderança de Diego Cão. Tal qual a maioria dos processos de

colonização lusitanos, estabelece-se uma relação amistosa com os nativos e sua estrutura social da época. Conforme explica Silva, (2018, p. 3),

[...], O primeiro passo consistiu em estabelecer um acordo com o Reino do Congo, que dominava toda a região. Em seguida, os lusitanos estabeleceram relações amistosas com os nativos da região e com as suas hierarquias, designadamente com seus reis. Como frutos desse processo transcorreram atividades relativas a trocas comerciais, troca de embaixadores, assim como a vinda dos missionários Católicos. As relações comerciais e contatos entre os nativos e os lusos, além da chegada de missionários, acarretaram transformações significativas na vida dos povos africanos daquela região (SILVA 2018, p. 3).

Segundo Farias (2008), durante a ocupação de Portugal nas Filipinas (1580-1640), diversas intervenções no território angolano aconteceram por influência dos holandeses, incluindo tomada de alguns territórios e rotas comerciais. Logo, em 1648, uma união entre as tropas luso-brasileiras expulsou os holandeses e influenciou diretamente no comércio de escravos enquanto atividade econômica, impactando na definição das fronteiras de Angola, concluídas antes de 1920.

O expressivo fornecimento de africanos escravizados ao redor do mundo marca este período de colonização portuguesa em Angola e, posteriormente, reflete a imposição do crescente capitalismo enquanto sistema econômico e social. Após a Segunda Guerra Mundial, a colônia destaca-se pela produção de matérias-primas (diamantes, ferro, petróleo), produtos agrícolas (café, algodão, açúcar, entre outros) e, além disso, representava mundialmente uma grande reserva de mão-de-obra barata (SANTOS, 2001).

O processo destas relações econômicas existentes entre Angola e o capital mundial ganhou mais força principalmente com o desencadeamento da revolta dos movimentos de libertação do país: Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA), União Nacional para a Independência Total de Angola (UNITA) e Frente Nacional de Libertação de Angola (FNLA) a partir de 1961, influenciando a era da independência dos países africanos. Por esse motivo, os anos subsequentes são representados por mudanças significativas na ação colonialista, demonstrando maior abertura aos investidores portugueses e estrangeiros (TORRES, 1983).

De acordo com Santos (2001, p. 5) “a recusa da ditadura portuguesa em conceder a independência a Angola era, antes de tudo, ditada pela necessidade de modernização do capitalismo português”, no entanto a luta dos movimentos de libertação e seu constante enfrentamento contra este sistema colonial se tornaram impasse para tal objetivo. Neste

cenário, é possível evidenciar a existência de desentendimentos políticos entre o MPLA, FNLA e UNITA (GUNZA 2018). Por conta disso, o Acordo de Alvor, assinado em 15 de janeiro de 1975, previa a união de representantes das três organizações independentistas no governo, estabelecia o cumprimento de eleições para a Assembléia Constituinte e fixava a independência de Angola no dia 11 de novembro do mesmo ano (HÖRING, 2015; PINHEIRO, 2007; MARQUES, 2012).

A continuidade das rivalidades e a luta por seus interesses particulares impediram a harmonia política, além do mais, “havia um sentimento entre os movimentos de que aquele que controlasse a capital no momento da independência assumiria o poder em Angola” (HÖRING, 2015, p. 49). Segundo Gunza (2018), este contexto estabeleceu o começo da Guerra Civil Angolana, ocasionando cerca de 500.000 mortes. A disputa pelo poder levou as organizações a recorrerem aos seguintes apoios de nações no exterior:

- MPLA - Lutavam contra o capitalismo, obtendo apoio de Cuba e União Soviética;
- FNLA - Lutavam contra o comunismo, adquirindo apoio do Zaire, China e alguns países ocidentais;
- UNITA - África do Sul e Estados Unidos foram os países apoiadores.

Estas alianças internacionais alavancaram ainda mais o conflito na disputa pelo poder entre os três Movimentos de Libertação, o que refletiu no alto grau de letalidade de milhares de pessoas devido a aquisição de armas sofisticadas,

No entanto, com o forte apoio dos cubanos que entretanto chegaram a Angola, o MPLA consegue controlar parte significativa do país, incluindo a capital Luanda posicionando-se no dia 25 de novembro para a proclamar da independência da República Popular de Angola pela voz de Agostinho Neto (PINTO, 2008, p. 29).

Apesar da legitimidade do MPLA para governar o país, os demais movimentos não reconheceram o novo governo, dando-se continuidade ao conflito armado. A duração da guerra teve duração de longos 27 anos intercalados por breves períodos de paz — 1975-1991, 1992-1994 e 1998-2002.

Numerosos foram os efeitos que se repercutiram no campo da política e economia ao longo desta realidade de Guerra Civil entre os partidos e seus países aliados. Conforme Marques (2012), podemos apontar os seguintes elementos:

- A partida de 95% dos portugueses abalou a estrutura administrativa de Angola, uma vez que apenas 5% dos angolanos eram capacitados para exercer tais atividades na colônia;

- Queda na produção agrícola, gerando colapso orçamental das pequenas empresas rurais;
- Dificuldades encontradas pelo governo em conduzir e criar alternativas para a grande parcela dos cidadãos que deixavam o meio rural rumo a cidade, devido a apreensão provocada pela guerra;
- O abandono de fazendeiros e trabalhadores angolanos refletiu na grande queda de exportação do café, que, até 1973 representava o principal produto de exportação do país;
- Interrupção da exportação de minério de ferro, o qual representava o quarto maior produto de exportação da Angola;
- Paralisação no processo de manutenção de infraestruturas, como sistemas de comunicação, linhas ferroviárias e sistemas hidroelétricos (MARQUES, 2012).

Dado essa realidade, o estudo supracitado ainda salienta que o Petróleo foi extremamente importante neste contexto hostil. O Estado, por meio da criação da Sociedade Nacional de Combustíveis (Sonangol) e sua parceria internacional, conseguiu interromper o processo de queda neste setor produtivo, uma vez que a Sonangol se caracteriza por ser “uma das maiores empresas de exploração de hidrocarbonetos a nível africano” (RODRIGUES, 2013, p.56). De acordo com a International Finance Corporation (IFC, 2019), somente a exportação de Petróleo, juntamente com diamantes, fundamentou 95% da economia do comércio externo de Angola em 2016. Por conta disso, o país ainda mantém este recurso natural como elemento fundamental que sustenta a economia em seu território e a prática de futuros investimentos nos dias atuais.

A natureza política do MPLA foi baseada inicialmente no socialismo científico e no marxismo-leninismo. Estas ideologias pautaram as medidas governamentais até dezembro de 1990, sendo substituídas pelo sistema capitalista. No ano seguinte a esta mudança, Höring (2015, p. 83) destaca que

A revisão constitucional da lei 12/91, em 1991, aprovou os princípios básicos de uma democracia multipartidária, definindo Angola como um Estado democrático baseado no Estado de Direito, consagrando direitos humanos e civis básicos e a adoção de uma economia de mercado (HÖRING, 2015, p. 83).

Mesmo diante das adversidades, limitações e entraves existentes ao longo do governo de José Eduardo dos Santos no decorrer da Guerra Civil, o MPLA mostrou-se comprometido com o desenvolvimento de estratégias voltadas para o sistema educacional e de saúde, contribuindo na vida de cidadãos angolanos. Então, após longos 27 anos de luta sangrenta, por intermédio do acordo de paz assinado na cidade de Luena, dá-se o fim

da batalha em 2002, em decorrência da morte de Jonas Savimbi e, conseqüentemente, derrota da UNITA (HÖRING, 2015).

Esta nova realidade vivenciada pela República de Angola abre espaço para “o sonho de construção de uma nação mais justa e em paz” (VIEIRA, 2010, p. 3). O primeiro processo de realização das eleições legislativas com consulta popular aconteceu anos mais tarde, em 2008. O escolhido para o cargo de presidência continua sendo José Eduardo dos Santos, com 82% dos votos da população, avançando nas disputas eleitorais seguintes até o final de seu mandato em 2017, onde seu indicado a sucessor - João Lourenço do MPLA, vence as eleições e governa atualmente (LUSA, 2017).

Com o exposto, nota-se que Angola é um país marcado por um prolongado período de colonização, o qual teve repercussões em diferentes áreas: econômica, política e cultural. Este processo que se iniciou no início do século XIX, perdurou até Angola se tornar independente. Após a independência proclamada em 1975, o país foi palco de um longo período de conflito armado de dois grandes movimentos de libertação nacional (MPLA e UNITA). Depois de intensos 27 anos de luta pelo poder, a Guerra Civil chega ao fim por meio de um Acordo de Paz assinado pelos dois partidos no dia 4 de abril de 2002, abrindo espaço para a consolidação de um país democrático.

## **1.2 Cultura e Identidade Nacional**

A cultura pode ser compreendida como um campo simbólico repleto de sentidos e significados que caracterizam determinado povo, seja pelo comportamento, valores e/ou costumes compartilhados entre os indivíduos que o constituem. Deste modo, as relações sociais estabelecidas entre os sujeitos representam a individualidade e particularidade do processo de constituição dos elementos culturais de um grupo (FURTADO; PEDROZA; ALVES, 2014).

Ao refletir sobre o conceito de cultura, Helman (2009, p.12) destaca a definição do antropólogo Edward Burnett Tylor, o qual a interpreta como um “complexo integral que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, leis [...] e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Estas atribuições regem a maneira que os indivíduos se posicionam e agem perante seu próprio contexto de formação e tem papel importante sobre o entendimento do mundo ao seu redor,

atribuindo-lhe sentido e concebendo experiências comuns (HALL, 2013; HELMAN, 2009).

Diferentes fatores atuam sobre os saberes culturais produzidos e consolidados ao longo do tempo conforme são transmitidos para as gerações futuras. Por conta disso, é essencial salientar que um sistema cultural não é estático, mas encontra-se em contínua mudança. Assim, “compreender e mensurar essas forças de atuantes é algo extremamente complexo, pois as variáveis de influência são múltiplas e têm ações e reflexos diversos no tempo e espaço (GOMES, 2019, p. 100).

Diante desta complexa premissa que abrange os aspectos culturais de um povo, pode-se inferir que as singularidades existentes entre as relações estabelecidas entre os indivíduos constituem uma teia repleta de significações que deve ser analisada e interpretada (GEERTZ, 2008). A busca por esta compreensão torna perceptível o processo de construção da identidade cultural deste coletivo, uma vez que

A identidade cultural, entendida como um conjunto de relações sociais e patrimônio simbólico compartilhados entre os membros de uma mesma sociedade é representada por um objeto identitário, que carrega em si o desejo do coletivo de representação, de reafirmação perante o outro. (FRANCKLIN, 2013, p. 23).

De acordo com Silva (2013), a formação e manutenção de uma identidade abrange diferentes aspectos: A mesma se consolida por meio das relações sociais, se manifesta pelos significados da linguagem do grupo, envolve questões essencialistas e de pertencimento para os integrantes de determinados agrupamentos que consideram sua identidade como inalterável e fixa. Além disso, para o mesmo autor, a identidade pode envolver incongruências entre seus membros, caracterizando-a como não unificada, abarcar disputas de poder entre tribos rivais devido a manifestação das diferenças e, por fim, esta identidade pode se fortalecer mediante o reconhecimento, identificação e representatividade dos sujeitos envolvidos. Assim sendo, todos esses aspectos contribuem para a construção da identidade de um povo ou um grupo social.

Com o decorrer do tempo, a permanência e continuidade dos grupos reflete um sentimento de pertencimento que vem expressando um papel importante entre os povos, de tal modo que, propiciam enraizamento, originando “identidade e referência social, ainda que em territórios tão diferentes como os da política, da religião, do entretenimento e da cultura do corpo” (SOUSA, 2010, p. 34). Por esse motivo, Francklin (2016, p. 7) afirma que

Quanto mais sólidas são as ligações emocionais dos indivíduos [...], maior será o sentimento de pertencimento desses sujeitos em um grupo ou comunidade. Sentimento esse, por sua vez, indispensável para a consolidação e preservação de um determinado agrupamento de pessoas (FRANCKLIN, 2016, p. 7).

Neste contexto, se configura a identidade de uma nação. De acordo com Silva (2013), as identidades nacionais

Funcionam, em grande parte, por meio daquilo que Benedict Anderson chamou de “comunidades imaginadas”. Na medida em que não existe nenhuma “comunidade natural” em torno da qual se possam reunir as pessoas que constituem um determinado agrupamento nacional, ela precisa ser inventada, imaginada. É necessário criar laços imaginários que permitam “ligar” pessoas que, sem eles, seriam simplesmente indivíduos isolados, sem nenhum “sentimento” de terem qualquer coisa em comum (SILVA, 2013, p. 85).

Segundo Saquet e Briskievicz (2009, p. 7), “as identidades nacionais são específicas e estão localizadas em algum ponto do tempo através de antecedentes históricos”. Para os autores, o processo de reafirmação e também renovação destas identidades decorre constantemente, à medida que os povos percebem que determinados símbolos se perdem com o passar do tempo.

A identidade nacional de Angola se estabelece mediante diferentes variáveis e consagrados elementos representativos de seu povo, os quais dão vida e copiosos significados ao território. A ideia do conceito de angolanidade surge para retratar esta identidade. De acordo com Sabonete (2010), esta concepção surge em 1959, porém se consolida nos anos de 1961 e 1962, possuindo como objetivo a retomada da essência nacional angolana. Posto isto, Jorge (2006) complementa que,

A angolanidade deve construir-se a partir dos elementos concretos em que se manifesta, não como um esforço de negação de uma realidade cultural imposta, mas como um esforço de afirmação de uma realidade cultural nova, que nasceu do cruzamento de civilizações [...]. É importante constatar que a angolanidade não se constrói pela rejeição do substracto negroafricano, nem pela diluição numa qualquer cultura dominante e, ainda menos, pela aceitação da “pseudocondição de mestiço cultural”. A angolanidade constrói-se com tudo aquilo que a História legou ao povo angolano: o substracto negroafricano e os elementos da cultura dominante que, ao longo dos séculos, penetraram até ao fundo do inconsciente popular (JORGE, 2006, p. 8).

De forma a retratar estes diferentes elementos que formam a identidade nacional angolana, é primordial discorrermos sobre as representações que os mesmos vêm assumindo ao longo da historicidade de Angola. O artesanato, por exemplo, enquanto arte manual, destaca-se pela variedade de artigos produzidos, dando origem às estatuetas de madeira, instrumentos musicais, máscaras para danças e rituais de grupos étnicos, entre outros.

A música anuncia a riqueza artística do país com os ritmos da Kizomba, o Semba, a Rebita e a Cabetula. Inclui-se também o estilo mais recente, apelidado por “Kuduro” pelo seu criador Tony Amado. Todos estes ritmos musicais propiciam elevada animação das noites africanas (TOMÁS, 2012). Além do mais, é importante ressaltar que o Semba é uma variação do Samba, sendo criado pelo grupo Ngola Ritmos. O grupo teve como um de seus fundadores o angolano Liceu Vieira Dias, um exímio admirador da música brasileira e considerado o pai da música popular angolana. Conforme Vilas (2019, p. 4),

A preocupação de Liceu e de seus parceiros com a afirmação da identidade angolana, e a valorização da cultura angolana era uma constante. Era também, para os angolanos, uma resposta construtiva, e uma reação ativa à rejeição dos colonos a todas as manifestações culturais nativas (VILAS, 2019).

Falar da musicalidade e ritmos do país, permite-nos trazer a magnitude da capoeira, a qual está relacionada com a história dos negros escravizados que chegaram ao Brasil. Esta manifestação cultural, frequentemente tem sua natureza classificada enquanto uma luta, jogo, dança ou esporte. Entre os diferentes estilos de capoeira, é pertinente salientar a capoeira Angola, que conforme Pastinha (1988, p.28, *apud* Fontoura e Guimarães, 2002, p.145) “a Capoeira Angola se assemelha a uma graciosa dança onde a ‘ginga’ maliciosa mostra a extraordinária flexibilidade dos capoeiristas [...]”.

No ramo culinário, a rica e variada gastronomia angolana demonstra expressiva notoriedade. De acordo com Cohen (2017), a culinária tradicional do país sofre influência de Portugal e Moçambique, incluindo também a brasileira nos últimos anos. O prato típico em Angola é o funge ou funji, que normalmente é preparado a base da farinha de milho ou de mandioca, acompanhado de uma carne ou peixe. Outra receita nacional é a famosa “muamba”, podendo ser um adicional para o preparo com galinhas ou peixes das lagoas, sendo o mais conhecido de peixe “bagre fumado”. Ademais, fazem parte da gastronomia angolana, os seguintes pratos: Mufete, Calulu, Feijão com óleo de palma, Mututo, Moqueca, Pirão, Cocada, Quibeba e Sumatena ou Súmate (DANGE, 2019).

No âmbito das práticas religiosas, a Constituição da República de Angola declara que a nação é considerada um Estado laico, onde o respeito e o reconhecimento de suas variadas práticas e organizações deve prevalecer (ANGOLA, 2010). Segundo dados do INE (2016), a maior parte da população angolana é cristã (79,2%), divididos em 41,1% pertencentes à religião católica, ao passo que 38,1% são ligados à religião protestante. As outras práticas religiosas presentes no território angolano são a animista, islâmica e judaica. Neste contexto, reitera-se que a influência do processo de colonização dos

portugueses juntamente às ações de missionários católicos e protestantes constituíram fator primordial da presente cristandade em solo angolano (SOUZA, 2018).

Dessa forma, assimilar, apreender e descobrir os elementos identitários e culturais que constituem uma nação faz-nos considerar as identidades como um patrimônio territorial, uma vez que as mesmas

são produtos dos processos históricos e relacionais, ou seja, da formação de cada território num contexto de relações sociais com o ambiente externo à vida em sociedade. A identidade, desta maneira, configura-se num patrimônio territorial a ser preservado e valorizado pelos atores envolvidos diretamente na sua constituição histórica e por outras pessoas que podem ‘viver’ esse patrimônio (SAQUET E BRISKIEVICZ, 2009, p. 14).

A identidade enquanto produto histórico em progressiva transformação sofre influência pela mídia, uma vez que a mesma está presente no cotidiano e nas relações sociais das pessoas. Segundo Thompson (1998), os meios de comunicação exprimem forte impacto na vida dos sujeitos em virtude de seu amplo alcance mundial. Por meio da influência midiática, novas formas de condutas e interações passam a surgir entre os diferentes grupos e comunidades, fomentando mudanças nas dinâmicas sociais, compartilhamento de experiências significativas e construção do sentimento de pertencimento mediante a noção de identificação (THOMPSON, 1998; QUEDINHO, 2007).

Para Thompson (1998, p. 25) a comunicação é definida “como um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”. Pensar o recurso da indústria televisiva leva-nos a compreendê-la como um dos meios de comunicação que atuam como administradores culturais (QUEDINHO, 2007). Conforme Rubim e Rubim (2004, p. 26), além de se vincular sobre os elementos culturais e identitários de uma nação,

a televisão está conectada a uma gama complexa de identidades possíveis de serem desenvolvidas. Chris Barker, em seu estudo sobre a televisão, chega a falar na televisão como um recurso de primeira ordem para a construção dos projetos identitários na contemporaneidade (RUBIM; RUBIM, 2004, p.26).

Logo, em conformidade com Cashmore (1998, p. 7), a televisão é apresentada como um fenômeno social detentor “de uma força brutal que tenta impor valores éticos e padrões culturais de um grupo para todo o conjunto social”. Esses valores e padrões disseminados através de produtos televisivos assumem diferentes percepções para quem os recebe nas mais variadas partes do mundo.

É dessa forma que o contexto televisivo surge: para incorporar e abranger formas particulares de apropriação por intermédio de suas narrativas veiculadas, dando origem a

um “repertório simbólico compartilhado” retratado em diferentes cenários (LOPES, 2010, p. 5). Assim, mediante a TV, oportuniza-se consideravelmente a disseminação de valores, experiências, propósitos, significados e ideias que integram determinada cultura (LOPES, 2010).

### 1.3 A Chegada e Desenvolvimento da TV em Angola

Em 8 de janeiro de 1964, período em que Angola ainda se encontrava sob comando da colônia portuguesa, acontece a primeira emissão televisiva do país na Província de Benguela (LOURENÇO, 2017). Definia-se como um programa de variedades nacional, transmitido ainda em formato fechado, mediante iniciativas de António Freire e Franklin Barbosa. Em 1972, chega a vez da capital Luanda transmitir em rádio visão o programa radiofônico “*Café da Noite*” (COELHO, 1999, apud LOURENÇO, 2017). A Rádio e Televisão Portuguesa (RTP) mantinha o monopólio de TV concedido pelo regime colonial, fato que acarretou numerosas tentativas a fim da consolidação de uma televisão angolana propriamente dita (GALLAS, 2013). A resistência de Portugal foi forte em aceitar tal ato, e segundo Guide (2007, p. 94-95),

[...] só em 27 de junho de 1973 foi autorizada a constituição de sociedades anônimas, para a exploração da TV. Nestes termos é constituída a RPA/TPA – Radiotelevisão Portuguesa de Angola, que em 1974 substituiu a palavra “Portuguesa” por “Popular”. Em 18 de outubro de 1975, menos de um mês antes da Independência (11 de novembro), a TPA iniciava emissões regulares, que eram captadas por poucos aparelhos receptores em Luanda. A emissora foi nacionalizada em junho de 1976 pelo governo da República Popular de Angola, recém-instalado pelo MPLA (GUIDE, 2007, p. 94-95).

É nesse contexto que a Televisão Popular de Angola (TPA) se estrutura sob rígido controle do Departamento de Orientação Revolucionária (DOR), possuindo um papel importante para os membros do MPLA na divulgação, formação e conscientização do povo angolano sobre os objetivos do governo socialista (GUIDE, 2007). Após o país se tornar independente, o MPLA cria a Agência Angola Press (ANGOP), que

Tinha como seu objectivo principal realizar a veiculação de notícias, quer directamente quer por intermédio de agências estrangeiras ou internacionais, as quais esteve ligada por acordos de cooperação. A sua esfera de acção nos serviços internacionais seria determinada por metas: recolher, veicular e distribuir no estrangeiro as notícias de Angola e também, recolher e veicular e distribuir as notícias estrangeiras com interesse para o país. A ANGOP exercia assim o monopólio das notícias. Alinhou também na criação de um conjunto de agências noticiosas dos países não alinhados e na dinamização de algumas associações de agências noticiosas de África (ZAU, 2015, p.12).

As transmissões televisivas oficiais aconteceram em 18 de outubro de 1975, e quatro anos mais tarde, em 1979, a emissora novamente passa por uma mudança nominal, substituindo o termo “Popular” por “Pública”, passando a designar-se Televisão Pública de Angola. Em 2002, terminada a guerra e estabelecida a paz, a TPA apresenta um grande crescimento em sua oferta de serviços e passa a alcançar as 18 províncias de Angola. Estando presente na maioria dos lares do país, de acordo com seu site oficial (TPA, 2020), a emissora caracteriza-se como o principal veículo de informação pública televisiva para os angolanos por meio dos seus canais: TPA1 (generalista e principal da estação), TPA2 (ênfase no entretenimento e juventude) e TPA Internacional, o qual é reconhecido por promover a sociedade, economia e riqueza cultural angolana em países da “África Ocidental, Europa, América Central, Sul e Norte e, Ásia” (MANUEL, 2014, p. 44).

A indústria de telecomunicação angolana vem demonstrado avanços consideráveis na última década, realidade que pode ser constatada pela abertura de novos canais privados, proporcionando maior variedade na oferta de conteúdos, aumento na competitividade e atração nesse mercado (BOTELHO, 2017). Por meio da elaboração do quadro a seguir, este último autor faz uma análise do surgimento das principais plataformas de entretenimento em Angola:

Quadro 1 - Evolução do mercado de Televisão em Angola

Fundação	Nome	Emissão	Segmento	Propriedade	Emissão	Nota
1974	TPA 1	24h	Generalista	Estatal	Nacional	
2000	TPA 2	24h	Generalista	Estatal sob gestão privada	Nacional	
2008	TPA Internacional	24h	Generalista	Estatal	Internacional	
2008	TV ZIMBO	24h	Generalista	Privada	Luanda..	
2009	TV Record Angola	24 horas	Generalista	Privada	Franchise	
2010	Ango TV	24h	Entretenimento	Privada	Nacional	
2012	Banda TV	24h	Entretenimento	Privada	Nacional	
2013	Afromusic Angola	24h	Musical	Privada	Nacional	
2013	ZAP Viva	24h	Entretenimento	Privada	Nacional	
2014	Jango Magic	24h	Entretenimento	Privada	Nacional	Inactivo desde o 1º trimestre de 2017
2015	Jango Luxo	24h	Entretenimento	Privada	Nacional	Inactivo desde finais de 2016
2015	Mundo Fox	24h	Entretenimento	Privada	Franchise	
2015	Palanca TV	24h	Generalista	Privada	Nacional	

Fonte: Botelho, 2017.

Dessa forma, por meio da concorrência de mercado, a TPA deixa de ser o único canal de TV do país e começa a surgir outros provedores que englobam diferentes funções, com o objetivo de alcançarem seus telespectadores. Em seu estudo, Manuel (2014) os separa em:

- *Broadcasters*: Entre estes emissores se destacam os canais públicos TPA1 e TPA2, além do canal privado TV ZIMBO;

- *Distribuidores de Conteúdos por Satélite*: ZAP, DSTV, UAU!TV e TV Cabo, os quais são pagos, possuindo um total de 400.000 assinantes somente em 2012. Entre estes distribuidores, a ZAP se sobressai e é, atualmente, o maior operador de TV por satélite angolano (MANUEL, 2014; ZAP, 2020).

Em Angola, percebe-se ainda que a indústria de TV do país contempla canais brasileiros, sendo um deles, a Rede Globo, criada em 26 de abril de 1965 pelo empresário e jornalista Roberto Marinho.

O procedimento de internacionalização da Rede Globo teve início na década de 1970, por meio da exportação de serviços, com grande destaque nas telenovelas enquanto produto cultural (VALENTIM, 2007). Em seu estudo, Barbosa (2008), salienta que uma expressiva parte da população angolana possui acesso à programação da Rede Globo Internacional, cujo sinal é captado via antena parabólica. Verifica-se também que, de acordo com Guedes (2017a, p. 142), “antes mesmo dos canais portugueses e brasileiros entrarem no mercado da TV a cabo em Angola, as telenovelas brasileiras já eram transmitidas para os telespectadores do país através da TPA”. Deste modo, em 1979, é exibida a primeira telenovela brasileira em Angola: *Gabriela Cravo e Canela* adaptada do romance do escritor Jorge Amado. Este fato iniciou um processo importante relacionado à forma que os telespectadores angolanos consomem as narrativas brasileiras disseminadas por meio das ficções televisivas e, além disso, como as mesmas influenciam em sua compreensão do Brasil (GUEDES, 2017a). Por este motivo, Barbosa (2008, p. 66-65) afirma que

Desde aquela época a teledramaturgia brasileira tem um alto índice de audiência, embora um pouco menor do que na época da exibição das primeiras tramas. Segundo relatos das pessoas que vivenciaram aquele momento o país parava para assistir a telenovela brasileira (BARBOSA, p. 64-65).

Além do mais, devido a sua grande aceitação popular, a novela *Gabriela Cravo e Canela* refletiu o primeiro sucesso teledramatúrgico advindo do Brasil. Lourenço (2017, p. 103) ainda apresenta outras novelas que tiveram grande repercussão em solo angolano, como: “Cambalacho, Bem-Amado, Roque Santeiro, Vereda Tropical, Mulheres de Areia, Cabocla, Xica da Silva, Pedra sobre Pedra e tantas outras”. Tamanho foi o impacto destas teledramaturgias que, constituíam-se

no maior atrativo de telespectadores angolanos, que exaustos pela rotina e pela tensão da vida e dos acontecimentos quotidianos, bem como pelo árduo trabalho de defesa e reconstrução do país seriamente afetado pela guerra, encontraram nesse produto da Comunicação de Massa um momento de descontração e lazer. Assim, o lazer passa a significar participação no consumo mercadológico, não representando mais o tempo vazio do repouso e da recuperação física e espiritual, mas possibilidade de ter uma vida consumidora.

[...] Portanto é no contexto desse debate que a telenovela brasileira é exibida, tornando-se num elemento importante no pontuar e ilustrar a reflexão em torno da temática sobre a definição de cultura nacional e da preservação dos valores da identidade angolana (LOURENÇO, 2017, p. 103).

A influência do consumo da Rede Globo pelos telespectadores angolanos também pode ser identificada mediante a telenovela *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, exibida entre os anos de 1985 e 1986. O maior mercado informal de Luanda, criado logo após o fim da trama herdou o mesmo nome (GUIDE 2007). Diante dessa realidade, é sensato afirmar que apropriações como essa tornam a “ficção um denso território de redefinições culturais identitárias” (LOPES, 2010, p. 5).

Neste contexto, estando presente em mais de 190 países, a Rede Globo de Televisão configura-se como a maior produtora de teledramaturgias do Brasil e uma das maiores da América Latina (GLOBO, 2020). Os distintos sentidos e significados incorporados neste conteúdo midiático também repercutem sobre a população brasileira desde sua consolidação entre as décadas de 1970 e 1980. Em função disso, Rebouças (2009, p. 5-6) aponta os principais elementos que marcaram consideravelmente a história das novelas no Brasil, sendo eles:

Colaboração de grandes romancistas e poetas, maior aproximação da época contemporânea, desmistificação do passado, linguagem coloquial e regional, apresentação de fatos reais, influência do teatro de vanguarda, aparecimento do anti-herói mentiroso, corrupto e de figuras femininas originais, finais abertos, elaboração sutil da comédia e da tragédia (REBOUÇAS, 2009, p. 5-6).

Dessa maneira, é possível perceber que este gênero ficcional incorpora diferentes aspectos que contribuem para que suas narrativas sejam cada vez mais difundidas pela Rede Globo, apresentando-se como um “elemento de constituição do imaginário contemporâneo”. Esta constituição imaginária desenrola-se por intermédio deste fluxo de produtos culturais existentes entre os países, bem como a forma de recepção entre os indivíduos (TONDATO, 1998, p. 3). Portanto, a inclusão de reflexões com caráter social por essa rede de televisão propicia, de maneira significativa, uma maior sensibilidade por parte dos que recebem este produto midiático.

Neste sentido, a grande produção de telenovelas pela Rede Globo permite o compartilhamento de discursos consolidados repletos de intencionalidade nas mais variadas plataformas tecnológicas, além de se constatar narrativas constituídas por sentimentos de pertencimento e nacionalidade (GUEDES, 2017b).

Consequentemente, desenvolve-se uma relação intercultural entre Brasil e Angola, podendo-se perceber que as reflexões apoiadas

[...] na perspectiva intercultural pressupõem um movimento de troca, do conhecimento da cultura do outro. Sabe-se que a telenovela brasileira, de algum modo, depõe sobre a nossa cultura lá fora. Portanto, é importante conhecer como a teledramaturgia brasileira chega até lá e como esse outro se reapropria do que vê e lê por meio das imagens televisivas (BARBOSA, 2008, p. 44).

Assim sendo, o presente estudo busca analisar as possíveis marcas da influência de novelas brasileiras sobre os hábitos e costumes do público telespectador angolano, bem como seus prováveis impactos na cultura de Angola.

Compreender as telenovelas como produto intercultural nos permite relacioná-las a um meio de aproximação de hábitos, língua, comportamentos, arte e afins. Portanto, os sentidos, valores e vínculos disseminados pelas teledramaturgias ao redor do mundo, mais especificamente em Angola, contribuem no processo de aculturação, onde ocorre a junção de elementos ligados à cultura brasileira.

## **CAPÍTULO 2 – AS TELENOVELAS ENQUANTO PRODUTO CULTURAL, SUA HISTÓRIA E PRODUÇÃO NO BRASIL**

É inegável a influência diária dos diversos veículos de comunicação sobre a vida dos sujeitos, sendo um deles representado pela televisão (SCORALICK, 2010). Desde a sua gênese até a contemporaneidade, a televisão tem se mostrado bastante inovadora, fazendo parte do cotidiano da sociedade, tendo como base, a diversificação de conteúdos exibidos de maneira a conquistar a atenção do telespectador (SCORALICK, 2010).

Um dos produtos mais relevantes da televisão brasileira é a telenovela, que procedeu de modelos de comunicação populares, como os Romances de folhetim, que eram publicações em jornais e revistas que já possuíam formato em capítulos (MARANHO; BRIDA, 2009), *Soap opera*, gênero americano em formato sequencial com duração indeterminada (SANTOS, 2014) e as Radionovelas, dramas radiofônicos que estrearam no Brasil com a narrativa *Em busca da felicidade*, em 1940. Entre as radionovelas brasileiras, houve grande destaque a nível nacional da trama *O Direito de Nascer*, do escritor cubano Félix Caignet, que foi transmitida pela Rádio Nacional em 1951 e manteve-se no ar por três anos (REBOUÇAS, 2009).

De acordo com Keske e Scherer (2013, p. 240), desde o início da telenovela, na década de 50, “apesar de ter como mérito alcançar uma grande parte da população, era também desqualificada como manifestação artística e cultural e considerada, por muitos intelectuais, como uma cultura de baixa categoria”. Entretanto, com o passar dos anos,

por meio de uma série de modificações no âmbito tecnológico, bem como sua capacidade de alcançar diferentes públicos da sociedade, a teledramaturgia foi se solidificando enquanto “cultura popular e massiva do país” (KESKE E SCHERER, 2013, p. 240).

A primeira telenovela brasileira foi ao ar pela primeira vez em 1951, denominada *Sua Vida me Pertence*, exibida ao vivo pela TV Tupi. De início, as teleficções eram apresentadas somente em dois capítulos por semana, durando em média 20 minutos (MARQUES, 2008). Já em 1963, a novela *2-5499 Ocupado*, passa a ser a primeira exibida diariamente nas telas do público brasileiro (REBOUÇAS, 2009).

O progresso do gênero no país foi evidenciado pela grande repercussão a nível nacional da trama cubana, agora em formato de telenovela, *O Direito de Nascer*, que foi exibida pela TV Tupi, de 1964 a 1965. Esta ficção representou a primeira das três versões produzidas no Brasil. Como fruto desse forte impacto, as telenovelas brasileiras chegaram a alcançar um elevado número de telespectadores, fato este que veio a instigar os empresários de TV a realizarem seus investimentos em novelas (REBOUÇAS, 2009).

Esta grande notoriedade das teledramaturgias evidencia seu sucesso e popularidade ao longo da história de sua implantação no Brasil, como explica Fadul (1999, p. 6 *apud* MALCHER, 1999, p. 1-2):

Como se pode ver pelo interesse e tentativa das redes televisivas de produzirem ficção diária, a telenovela é um dos gêneros televisivos mais importantes da televisão brasileira. (...) Em todos esses anos a telenovela sofreu uma série de mudanças tanto do ponto de vista da temática como da audiência e da produção (...) À medida que as telenovelas se aproximavam cada vez mais da vida real, o seu sucesso junto ao público se fortalecia. (...) Na década de 70 juntamente com o telejornalismo representavam os programas de maior audiência da televisão (FADUL *apud* MALCHER, 1999, p. 1-2).

Nesta perspectiva, percebe-se que as teledramaturgias encontram-se intrinsecamente ligadas ao cotidiano dos telespectadores, possuindo efeito na forma com que estes indivíduos recebem o que está sendo narrado, atuando também na educação informal de seus telespectadores (BRAGA, 2001). Além disso, no que diz respeito à linguagem utilizada, a novela se encarrega de empregar seu próprio linguajar para retratar vivências sociais em suas tramas, uma vez que não se configura somente um romance, mas “também retrata os costumes, linguajares e culturas independentemente de que época se trata a história” (REBOUÇAS, 2009, p. 2).

Desse modo, observa-se uma representação nas diversas classes sociais do país por intermédio dos roteiros das tramas, o que representa ganhos significativos para a sua audiência. Malcher (2003) considera as telenovelas como um dos principais produtos televisivos, descrevendo que diversas alterações processaram-se no seio de suas

narrativas, sobretudo no que concerne a audiência, a temática e a forma de produção. Tais elementos alavancaram o seu sucesso no público consumidor, legitimando-as na sociedade.

Por intermédio das representações ficcionais e também pela identificação dos personagens, as pessoas vêem nas dramaturgias um componente integrador de seus anseios, expectativas e descobertas, o que faz suscitar a cada final de capítulo uma curiosidade que as fazem assistir ao novo episódio no dia seguinte. Esse ciclo diário representa um padrão já consistente de uma audiência cativa, e por esse motivo, atualmente, a telenovela é apontada como o programa da família brasileira. Sendo assim, Lopes (2002, p. 07) relata que

O telespectador adquire o hábito de todo o dia, numa determinada hora, assistir ao mesmo programa. O horário da novela é uma instituição na TV brasileira e costuma determinar a hora do jantar e até de dormir. As classes populares têm o hábito de dormir “depois da novela das oito”, que continua a ser assim chamada, apesar de atualmente ir ao ar das 9h à 10h da noite. [...] Também é comum as pessoas marcarem seus compromissos noturnos para “depois da novela” (LOPES, 2002, p. 07).

Por esse motivo, para Rebouças (2009, p. 11-12), a telenovela é considerada “o veículo mais eficiente para promover a difusão de valores éticos e suscitar debates na sociedade, através de sua forma de comunicar e promover mudanças”. Essa promoção de debates direcionados às diferentes temáticas presentes em nosso meio acontecem por intermédio do *Merchandising Social*. Conforme Araujo, Cani e Alvarenga (2010, p. 2), “*Merchandising* é o termo usado no Brasil para a colocação de anúncios comerciais em meio à narrativa ou ao programa, e o *merchandising social* refere-se à promoção de “valores sociais”, considerados informativos e educativos”. A partir daí, nota-se que a telenovela brasileira expressa em suas ações características ideológicas que visam despertar mudanças nos mais plurais âmbitos de comportamento e pensamento de seus telespectadores mediante as representações de conflitos presentes na sociedade. Além do mais, “através do merchandising social, criam-se oportunidades para interagir com as telenovelas, compondo momentos da vida dos personagens e fazendo com que eles atuem como formadores de opinião e/ou introdutores de inovações sociais” (SCHIAVO, 1995, p.100 *apud* NICOLSI, 2009, p. 40).

Dessa forma, até o presente momento, muitas mudanças derivadas do processo histórico de teledramaturgias favoreceram o seu crescimento e aperfeiçoamento, sendo o elemento característico prevaiente deste fato a capacidade de conversar com todas as

camadas da sociedade, permitindo às teleficções ocuparem uma posição de destaque na cultura abrangente e popular do Brasil.

## 2.1 O Consumo da Telenovela

Tratando-se de um marco de acontecimentos voltado a uma história de ficção, a telenovela tem como característica a divisão de capítulos e/ou episódios que abordam temas diversificados. Nesse enquadramento, Mendes e Oliveira (2015, p. 364) descrevem que “a telenovela pode ser apontada como um dos principais produtos da indústria cultural<sup>1</sup> e midiática brasileira”. Por outro lado, ela também é conhecida internacionalmente em representação a cultura do Brasil. Para Lopes (2009, p. 22) a telenovela define-se como a “narrativa ficcional de serialidade longa, exibida diariamente e que termina por volta dos 200 capítulos, ou seja, é levada ao ar seis dias por semana e tem uma duração média de oito meses”.

Devido este tempo de transmissão que normalmente varia entre seis a oito meses, as telenovelas proporcionam a interação de diferentes culturas representadas em suas narrativas, garantindo aos telespectadores o conhecimento de realidades distintas, permitindo ainda, a abertura ao debate de variadas temáticas. A título de exemplo, encontramos questões relacionadas à pedofilia, trabalho infantil, aborto, diferenças de classes, homossexualidade, alcoolismo, tráfico de crianças, leucemia, doação de órgãos, entre outros (MARQUES; FILHO, 2012). Além do mais, conteúdos costumeiros, na maioria das vezes, são apresentados em horário nobre (21 horas), tendo como público-alvo a camada adulta, muito embora não seja uma regra a ser seguida à risca (MENDES; OLIVEIRA, 2015).

Ao falarmos de telenovela, devemos levar em consideração a sua narrativa, pois a partir do momento que o indivíduo decide assisti-la, há uma prática de consumo, no qual sua narrativa é fruto de um produto. Portanto, tal como nos descreve Mendes (2012, p. 12):

Aqueles que a assistem não são meros espectadores à espera da mensagem a ser recebida, mas consumidores que desenvolvem uma competência específica para se relacionar com esse produto que possibilita reflexões, identificações, avaliações e críticas (MENDES, 2012, p. 12).

---

<sup>1</sup> Indústria Cultural é um mecanismo econômico que integra produtos direcionados ao consumo em massa da sociedade, de forma com que os indivíduos aprovelem e assimilem naturalmente a ideia veiculada mediante os meios de comunicação (ADORNO, 2002).

Desta feita, podemos considerar a telenovela como um produto de consumo e os telespectadores como consumidores, sendo que os mesmos chegam a assumir uma postura ativa com capacidade de construção de sentidos através das novelas.

Detentora de muitos sucessos e uma grande repercussão, as telenovelas, por intermédio de suas narrativas, reproduzem diversas temáticas de cunho social, retratando vivências reais do cotidiano dos indivíduos. Do mesmo modo que ela problematiza o país, também cria uma narrativa sobre o mesmo, proporcionando uma figura à volta dele. Esta circunstância ocasiona, continuamente, a forma com que o sujeito receptor se identifica com aquilo que é relatado e difundido neste produto midiático, por esse motivo, Lopes (2009, p. 29) reconhece que “os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano” (LOPES, 2009, p. 29; MENDES; OLIVEIRA, 2015).

Este consumo é observado em diferentes níveis, uma vez que, independentemente de sexo, idade, classe ou religião, direta ou indiretamente as pessoas passam a fazer parte da veiculação das telenovelas enquanto produto midiático. Mesmo quando os indivíduos não as assistem, as tramas também podem ser comentadas ou discutidas entre amigos e familiares. Por isso, Ronsini e Silva (2011, p. 6) afirmam que “as representações que circulam na mídia são construídas a partir de um processo dinâmico em que a mídia influencia e é influenciada pela sociedade”.

Uma destas representações estão associadas à publicidade evidenciada nas ficções por intermédio dos protagonistas em seus discursos. Isso faz com que o público, consciente ou inconscientemente, desperte uma curiosidade em consumir o que é direcionado a ele, uma vez que as ações dos atores, muitas vezes, são consideradas exemplos a serem seguidos. Sendo assim, as empresas aproveitam-se da vantagem sobre os receptores, para então associar seus produtos às novelas mediante a publicidade e propagandas envolvendo atrizes e atores de renome (SOARES; HECK, 2017).

Em função disso, o consumo de novelas está relacionado a interações socioculturais que passam a fazer parte do cotidiano dos telespectadores. Conseqüentemente, a telenovela torna-se no meio de comunicação social uma potencial incentivadora ao consumo mediante as representações sociais (SOARES; HECK, 2017). Por esse motivo, segundo Lopes (2009), as teledramaturgias são vistas como um produto estético e cultural reconhecido publicamente a nível nacional e internacional por refletir os principais elementos formadores da identidade de um país.

Assim, esse reconhecimento das teleficções constatado no Brasil, também reflete em seu amplo consumo por receptores em diferentes partes do mundo, sendo a principal emissora responsável por esta evidência, a Rede Globo de Televisão (SANTOS, 2010; VALENTIM, 2007). Através do multi diálogo com a sociedade, da diversificação de culturas narradas, do alto padrão de qualidade em suas produções, bem como a presença de atores consagrados ao longo de sua trajetória, há o prestígio cada vez mais evidenciado a nível internacional das produções novelísticas da emissora.

## **2.2 Rede Globo Enquanto Maior Produtora e Exportadora de Telenovelas**

A Rede Globo, enquanto maior veículo de comunicação da América Latina integra em suas produções conteúdos diversificados como: realities, seriados, séries, shows, programas humorísticos, esportivos e jornalísticos, além das minisséries e novelas (GLOBO, 2020). Entre esta variedade de conteúdos próprios, a Globo possui junto aos seus destaques midiáticos as telenovelas, as quais exprimem grande popularidade entre os telespectadores dispersos em várias localidades do mundo (TONDATO, 1998).

Desde 1995, todas suas teleficções são desenvolvidas na sede da Central Globo de Produções, notadamente conhecida como Projac (Projeto Jacarepaguá), localizada no Rio de Janeiro e que detém o título de maior centro de produção de conteúdo da América Latina (O GLOBO, 2019). Segundo Lopes (2002), em média, um único capítulo que vai ao ar possui 34 cenas ao longo de 45 minutos, e para tal, foram fundamentais intensas 20 horas de gravações, além de 27 horas de trabalhos de edição. Também, a produção dessa estimada atividade midiática “envolve uma média de 200 pessoas e uma novela de sucesso alcança por volta de 45 pontos, uma média de 32 milhões de telespectadores e um *share* de 58%” (LOPES, 2002, p. 6).

Estando em quase 100% dos lares brasileiros e exportando seus produtos mundialmente, a empresa conta com uma equipe de aproximadamente 12 mil funcionários, formando uma rede com mais de 120 afiliadas (GLOBO, 2020). Toda essa estrutura corrobora para a criação de telenovelas de altíssima qualidade, fato que ampara seu grande consumo pelos telespectadores que passam a se identificar com as distintas realidades dramatúrgicas veiculadas. De acordo com Oguri, Chauvel e Suarez (2009, p. 42), desde o momento em que a emissora consolidou as novelas enquanto um produto cultural brasileiro,

A empresa imprimiu uma série de mudanças no processo produtivo da telenovela, instaurando, por exemplo, a divisão do trabalho, com a criação de departamentos responsáveis pelas diferentes etapas da produção (roteiro, direção, figurinos, cenários, iluminação, sonoplastia etc.). A emissora investiu ainda no treinamento e na formação dos profissionais que atuavam nesses departamentos, buscando constituir um corpo de especialistas que soubessem “fazer televisão” e não mais apenas produzir “teatro, cinema, rádio e literatura ‘na’ televisão” (OGURI; CHAUVEL; SUAREZ, 2009, p 42).

Devido ao seu alto nível produtivo, Oguri, Chauvel e Suarez (2009) frisam ainda que a operacionalização da Rede Globo acontece em escala industrial, uma vez que a cada dia, constantemente, novos capítulos de novelas são fabricados e entregues ao público em um ritmo cada vez maior e integral. Além disso, os autores complementam que toda essa estrutura organizacional, bem como o seu amplo alcance é derivado do pioneirismo da emissora em desenvolver pesquisas junto aos seus telespectadores, visando incorporá-las no planejamento das produções artísticas que vão ao ar. Por meio de recursos como: Divisão de Pesquisa da Globo, Central de Atendimento ao Telespectador (CAT) e a Central Globo de Qualidade (CGQ) — a qual está ligada diretamente no processo de gênese das telenovelas, a empresa e os autores obtêm conhecimento sobre o nível de aceitabilidade pelo público, o que pode vir a acarretar possíveis alterações no enredo novelístico. (OGURI; CHAUVEL; SUAREZ, 2009, p. 47; VALENTIN, 2007).

Elementos de interatividade, sociabilidade, compartilhamento e de identificação são junções importantes que tornam as teleficções da Rede Globo reconhecidas mundialmente, “isto quer dizer que, enquanto marco nesta dinâmica de integração - os países em sua pluralidade nacional e diversidade cultural - a telenovela é também o lugar de intervenção da dinâmica da globalização do mercado mundial” (LOPES, 2003, p.33). De acordo com Basso (2015), a telenovela que alavancou a internacionalização das produções artísticas brasileiras foi *O Bem Amado*, exibida pela emissora em 1973 e reproduzida por 17 países da América latina. Posteriormente, em 1975, com a exibição de *Gabriela*, evidencia-se a primeira vez que uma produção chega em solos além da América (BASSO, 2015).

Neste caminho, percebe-se que crescentemente as telenovelas brasileiras foram se consolidando no mercado transnacional por meio dessa indústria cultural. A trama *Avenida Brasil*, exibida em 2012, representa até os dias de hoje a novela mais vendida da história brasileira pela Rede Globo, sendo exportada para mais de 130 países (BASSO, 2015). Além do mais, destacam-se também pela grande notoriedade que alcançaram, as telenovelas *O Clone* (2001), vendida para 90 países e *Sinhá Moça* (1986), que chegou em 50 nações (TELES, 2018).

Para Valentim (2007), um ponto fundamental que vem colaborado com os avanços da emissora neste setor está relacionado à sua iniciativa em criar a Diretoria de Negócios Internacionais (DNI), em 2000, proporcionando uma melhor estruturação, ampliação e inserção de seus produtos midiáticos no cenário internacional. Por esse motivo, Basso (2015, p. 9) afirma que “ao exportar suas telenovelas de modo independente, a Rede Globo consolida-se no mercado internacional como produtora audiovisual de qualidade, levando o país a ser reconhecido como um dos melhores produtores mundiais do nicho”.

Nesse sentido, a exportação das novelas brasileiras da Rede Globo de Televisão, retrata o efeito do compromisso da empresa em proporcionar produtos de qualidade aos seus consumidores, bem como a responsabilidade de gerar sentimentos de identificação por parte dos mesmos mediante ao que é narrado. Além do fato dos conteúdos das telenovelas evidenciarem e propagarem a pluralidade cultural presente na nação brasileira, as ficções também se inclinam em apresentar culturas de outros países. Exemplo disso são *Terra Nostra* (1999), que levou os telespectadores a conhecerem acerca da cultura de italianos que chegaram ao Brasil pelo processo de imigração; *O Clone* (2001), ao expor a cultura muçulmana; *Caminho das Índias* (2009), que evidenciou peculiaridades da cultura indiana; *Jóia Rara* (2013), tendo como temática a cultura budista. Portanto, pode-se inferir que à medida que os receptores, independentemente do local do mundo que estejam, se identificam e reproduzem em seu meio social aquilo que é veiculado, a empresa tende a agregar mais integrantes que compactuam e se identificam com seus produtos, uma vez que a Rede Globo destaca-se mundialmente por sua grande produção de telenovelas.

### **2.3 As Telenovelas e a Aculturação**

As telenovelas enquanto elemento narrativo ficcional televisivo, expressam em sua essência manifestações culturais das diferentes nações (LOPES, 2003). Em função disso, as várias representações e singularidades da nação brasileira são retratadas por meio dessas dramaturgias, que em sua grande veiculação, permite o compartilhamento de discursos, bem como a articulação e aproximações de suas narrativas com o público que as recebem.

Estas aproximações resultantes da disseminação internacional de telenovelas como produto cultural têm como consequência a assimilação e ressignificação dos valores culturais que simbolizam uma sociedade, levando os receptores a conhecerem novos elementos de identificação. Esta conjuntura corrobora para o processo de aculturação, o qual está implicado em mudanças nos aspectos voltados aos hábitos, costumes, sentidos e significados de um povo mediante um longo contato com outra cultura, podendo ocasionar a internalização de valores (PAIVA, 2010; ASSIS; NEPOMUCENO, 2008).

Neste seguimento, Marques e Filho (2012, p. 78) apontam que as telenovelas brasileiras contribuem no progresso de aculturação quando suas temáticas expõem realidades pertencentes ao cotidiano de seu povo, iniciando a “exposição da diversidade cultural compreendida pelo próprio país”. Tal exposição é mediada pela indústria cultural, a qual visa o consumo abundante das massas e, por conta disso, Souza (2015, p. 4) enfatiza que “a mídia é mais um dispositivo do que um sistema, um dispositivo que engendra ordens discursivas plausíveis, proposições, justificativas que buscam ancorar as ações dos sujeitos rumo às estabilidades”.

De acordo com Rocha (2009), junto às abordagens expostas nas telenovelas, pode-se também perceber contextos culturais que são transformados, moldando-se de tal modo que possa ser aceito pelo maior número de receptores. Isso constata o fato de que nem sempre o que é exposto pela mídia reflete a realidade em sua verdadeira forma. Por isso, o autor afirma que

as telenovelas têm sido, em boa parte, responsáveis por alimentar a base pela qual grupos e classes sociais constroem sua imagem, práticas e valores de outros grupos e classes. Tais imagens formatadas pelas representações esparsas e fragmentadas do todo social, findam construindo um todo relativamente coerente, o imaginário social. A telenovela atua ininterruptamente na construção e desconstrução ideológica dos receptores, ao reproduzir o campo ideológico da sociedade, reproduz, também, sua estrutura de dominação (ROCHA, 2009, p. 150).

A partir de cada capítulo exibido a nível internacional, constata-se que as frequentes construções e desconstruções de ideias, conceitos e percepções formadas por aqueles que consomem este produto midiático moldam sistematicamente o olhar dos receptores sobre a cultura em questão. Esta circunstância varia de indivíduo para indivíduo, conforme sua particularidade e o contexto sócio-histórico de seu grupo ou nação.

No que diz respeito à diferença existente entre imposição de valores e ressignificação dos mesmos, Santos (2011) salienta que a aculturação vai além da perspectiva de perda ou substituição de elementos da cultura, mas sim, compreende uma

fusão, assimilação e acomodação de culturas, que tende a ocasionar uma nova dinâmica social. Esta perspectiva é importante, uma vez que novas tendências culturais de um povo também contribuem para o seu legado de saberes ancestrais no plano simbólico e ideológico. Além disso, Santos (2011, p. 3) reitera que este processo aculturativo deve gerar “uma melhor convivência entre pessoas e adaptação em territórios diferentes, sem concepções de superioridade, inferioridade, progresso ou retrocesso cultural em busca de um “denominador comum”.

Como objeto cultural da nação brasileira, as teleficções vem demonstrado ao longo dos anos notória presença em diferentes países (SANTOS, 2010; VALENTIM 2007). No caso de Angola, esta presença se efetivou com a estreia da primeira novela exportada pela Rede Globo no país: *Gabriela Cravo e Canela*, em 1979. Desde então, é observado em solo angolano uma noção de identificação com os elementos narrados nas tramas brasileiras. Diante disso, Barbosa (2008, p. 31) complementa que “a telenovela propicia a possibilidade de se perceber a relação intercultural entre os povos [...], em Angola, traçando um comparativo com o Brasil, é criado um espaço de troca e de (re) conhecimento sobre as diferentes culturas”. Assim, a interculturalidade constitui fator essencial para novas reflexões acerca de hábitos, costumes, língua e valores entre essas nações.

Desse modo, de forma a elucidar evidências que retratam aspectos do fenômeno aculturativo de angolanos através de telenovelas, podemos citar a criação de mercados informais como o Roque Santeiro, Asa Branca e Beato Salú<sup>2</sup>, que tinham como referência a novela *Roque Santeiro*, de 1986. Segundo Lourenço (2017, p. 107),

o mercado e a telenovela se entrelaçavam nas suas funções. Ambos eram lugar de lutas, troca e de gozo. Um espaço informal feito de alternativas pela sobrevivência individual e coletiva. Espaço de eleição, onde heróis e vilões disputam sua glória na ânsia de resgatar a permanência num contexto marcado pelo efêmero e pela não transcendência (LOURENÇO, 2017, p. 107).

Ainda segundo o autor, “Roque Santeiro é apenas umas dessas marcas na teia da interculturalidade, haverão com certeza outras presentes no linguajar, nos gestos e mímicas, na moda e no gosto musical” (LOURENÇO, 2017, p. 108). Esta concepção de

---

<sup>2</sup> Roque Santeiro e Beato Salú foram mercados públicos localizados no município de Sambizanga, Luanda. Fatores como condições mínimas de higiene, segurança e organização levaram a extinção dos mesmos em 2013 e 2010, respectivamente. Dispunham da comercialização de um arsenal variado de produtos, desde os alimentícios (peixes, frutas, milho, mandioca, arroz, feijão, entre outros) até produtos industrializados de diferentes setores (produtos de beleza, peças de automóveis, medicamentos, entre outros). Já o mercado Asa Branca, localizado em Cazenga, perdura até os dias de hoje, possuindo como foco central a mesma variedade de produtos dos outros mercados desativados pelas autoridades administrativas do governo (LOPES, 2007; ANGOP, 2010; LOURENÇO, 2017).

aproximação cultural é esclarecida por Ferreira (2015) mediante a forte identificação dos telespectadores de Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) com a cultura brasileira. E isto configura uma oportunidade importante de integração com seus próprios agrupamentos, uma vez que, basicamente “as características da sociedade representada na telenovela brasileira são aproximadas das que os receptores têm como referência cultural” (FERREIRA, 2015, p.128).

A integração e incorporação de elementos culturais brasileiros em países africanos também é perceptível na reportagem realizada pela TV Brasil<sup>3</sup>, em 2012. Em entrevista com pessoas de diferentes países desse continente acerca das influências proporcionadas pelo hábito de acompanharem as telenovelas, são mencionadas mudanças em certos costumes que, até então, não eram manifestados. Em relação à linguagem, uma das entrevistadas menciona que muitos dos que assistem as tramas começaram a pronunciar a expressão “*tô nem aí*” em seu cotidiano, frase tipicamente brasileira e que contrasta com o linguajar comum de sua natureza portuguesa “*não estou pra isso*”.

A forma de se vestir também se constitui um componente importante aculturativo. De acordo com Borges (2007), peças que se assemelham com as de celebridades das telenovelas são intensamente procuradas nos mercados abertos em Angola. Para isso, centenas de angolanas, chamadas de sacoleiras, viajam frequentemente ao Brasil, visando comprar roupas, acessórios e revendê-los em seu país. O principal local que elas desembarcam com esta finalidade é no Brás, um bairro de São Paulo que rotineiramente recebe africanas. A partir dessa realidade, a autora afirma que:

O enorme interesse pelos programas de televisão é um termômetro da influência que o Brasil exerce sobre o país africano. "Os angolanos, sobretudo os de nível social mais baixo, nutrem quase que uma idolatria pelo Brasil", afirma o professor Carlos Serrano, do Centro de Estudos Africanos da Universidade de São Paulo (USP) (BORGES, 2007, online).

Nessa perspectiva, é importante evidenciar que em meio a um contexto de criação e manutenção de referenciais comuns entre as culturas, o qual é mediado pelas telenovelas, possibilita-se a construção e desconstrução de “discursos sobre os mais diversos aspectos da sociedade – sociais, culturais, econômicos -, dando-lhes sentido, atribuindo-lhes valor, organizando-os, estabelecendo vínculos, seja pela contradição, pela negação, ou pelo esquecimento” (MUNGIOLI, 2008, p. 14).

---

<sup>3</sup> TV BRASIL. Especial África - A influência cultura brasileira nos países da África. **Youtube**, 18 set. 2012. (21m41s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pLITq7VU33Y>>. Acesso em: 23 jun. 2020.

Dessa maneira, a partir dos principais pontos apresentados e que integram o fenômeno de aculturação, entendemos que este processo é amplo, complexo, dinâmico e possui formas de interpretação e ressignificação distintas de acordo com os sujeitos que integram determinada sociedade. A maneira com que os indivíduos recebem e assimilam aquilo que é exposto pela mídia repercute em suas condutas diárias, desde o modo de falar ao modo de vestir e se comportar em determinado contexto social. A teledramaturgia brasileira explora acentuadamente esta questão, uma vez que, mediante a propagação da cultura brasileira em seu enredo, possibilita o alcance de suas produções a centenas de nações, com especial destaque, à nação angolana.

Entendendo esse processo de aculturação, o presente trabalho busca analisar possíveis marcas culturais oriundas de duas telenovelas brasileiras exibidas em Angola: *O Clone* (2001) e *Avenida Brasil* (2012). A necessidade de identificar os possíveis impactos das tramas brasileiras em Angola, assim como a sua notória popularidade, parte primeiramente de uma motivação pessoal, pois desde criança, tenho o hábito de acompanhar as tramas exibidas pela Rede Globo. É importante destacar que o meu primeiro contato com a cultura brasileira foi por intermédio das novelas. Lembro-me que ainda no Ensino Secundário, no horário do recreio, era habitual meus colegas e eu reservarmos um tempo para fazermos comentários acerca das teledramaturgias que naquela época estavam sendo exibidas em Angola. Além disso, contribuir com pesquisas já realizadas, como as de Barbosa (2008) e Lourenço (2017), ampliará a discussão sobre esta temática, permitindo entender como determinados aspectos sociais de angolanos podem ter sido influenciados pelo fenômeno aculturativo provocado pelo consumo de novelas do Brasil.

### **CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO DAS TELENOVELAS *O CLONE* E *AVENIDA BRASIL***

O objeto de estudo da presente pesquisa consistirá na análise de duas telenovelas brasileiras: *O Clone*, exibida no ano de 2001 e *Avenida Brasil*, em 2012. Esta escolha justifica-se em razão de serem as obras mais exportadas pela Rede Globo de Televisão, provocando grande repercussão a nível nacional e internacional. Desse modo, mediante uma entrevista que teve como foco central a participação de indivíduos angolanos, objetivou-se evidenciar o possível impacto e influência dessas teledramaturgias em Angola. Por esse motivo, torna-se essencial trazermos a sinopse dessas tramas a seguir:

### 3.1 O Clone

Refira-se que internacionalmente esta novela gerou grandes contradições de opiniões ao abordar temas como o projeto de clonagem de humanos, drogas, religião muçulmana e alcoolismo. No Brasil, a trama foi transmitida pela Rede Globo de Televisão e em Angola por intermédio de TV por assinatura, cujo o sinal é captado por antenas parabólicas. A obra de Glória Perez estreou no dia 1 de outubro de 2001 e perdurou até 14 de junho de 2002, com 221 capítulos, o que possibilitou que conseguisse obter cerca de 47 pontos de audiência no Ibope em seu primeiro capítulo e uma média de 62 pontos no último episódio<sup>4</sup>.

Nesta novela<sup>5</sup>, o enfoque estava em dois personagens principais, a Jade (Giovanna Antonelli) e o Lucas (Murilo Benício). A personagem Jade descendia de uma família professante da religião muçulmana com residência no Brasil, mais concretamente no Rio de Janeiro, local onde morava com a sua mãe. Ela vivia sofrendo estigma por ter um estilo de vida diferente dos hábitos e costumes do Brasil, o que condicionou que eclodisse desentendimento com a religião de sua família, uma vez ela se adequava mais ao estilo de vida dos brasileiros.

Uma nova etapa da vida de Jade se abre com a morte da sua mãe, por conta disso, passa a viver com o seu tio Ali (muçulmano de voto), a prima Latiffa e a serva da família, Zoraide, em Marrocos. Isso faz com que haja uma mudança radical em seus costumes, passando agora a seguir todas as regras da sua religião. Neste decurso, à primeira vista encontra um rapaz de nome Lucas Ferraz, pelo qual se apaixona. Ele é na realidade irmão gêmeo do Diogo, que gozava suas férias com o pai Leônidas e o padrinho do seu irmão, Albieri, que é médico. O pai dos gêmeos apresentou aos rapazes a sua namorada Yvete, com isso, Diogo fica constrangido ao perceber que foi com a namorada do pai com quem passou a noite passada, mas Yvete não sabia do laço familiar entre eles. Por esse motivo, o filho não aprova o relacionamento do pai. Regressado ao Brasil, Diogo se depara com um grave acidente de helicóptero, vindo a perder a vida. Esta tragédia veio a mudar a vida do seu irmão para sempre. O seu padrinho, Albieri, médico da família e geneticista, não

---

<sup>4</sup> EXIBIDA em 2001, “O Clone” é eleita a novela da década. TV FOCO. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/exibida-em-2001-o-clone-e-eleita-a-novela-da-decada/>>. Acesso em: 02 jul. 2020.

<sup>5</sup> O CLONE. **Memória Globo.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/o-clone/trama-principal/>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

conseguindo enfrentar a morte do afilhado, por meio de seu conhecimento científico, decide fazer um clone a partir da informação genética do outro gêmeo, Lucas. Então, em sigilo e com esse propósito, Albieri realiza uma inseminação artificial em Deusa (Adriana Lessa), que acredita estar fazendo o procedimento comum, mas na realidade, irá começar a gerar o clone, Léo.

Por outro lado, o tio de Jade, Ali, patriarca com fortes traços de sua religião muçulmana, prepara um casamento para a sobrinha com Said. No Brasil, com a morte de Diogo, o seu irmão gêmeo Lucas fica com a responsabilidade de gerir os negócios da família e se casa com Maysa, antiga noiva do seu irmão falecido. Ao longo de 20 anos de casados, o estilo de vida de Lucas e Maysa, contendo brigas constantes, levam com que sua filha, Mel, comece a se envolver com drogas. O reencontro entre Jade e Lucas se sucederá no Rio de Janeiro, fazendo com que se desperte o amor vivido por eles no passado. Posteriormente, ao longo da trama, Léo também se encontrará com Jade, se apaixonando por ela imediatamente. A história toma novo rumo a partir daí, gerando um trio amoroso formado por Jade, Lucas e o seu clone, Léo.

### 3.2 Avenida Brasil

Esta telenovela<sup>6</sup> foi escrita pelo autor João Emanuel Carneiro, exibida pela Rede Globo, de 26 de março a 19 de outubro de 2012, possuindo um total de 179 capítulos. Retrata a história de vida de uma menina, de nome Rita, que desde os 11 anos traça um plano para se vingar de sua madrasta. “Ritinha”, representada por Mel Maia, apesar de ser órfã de mãe, foi criada pelo seu Pai Genésio, interpretado por Tony Ramos, com muito amor e carinho. A situação começa a tomar outro rumo quando o pai decide se casar novamente com a Carminha (Adriana Esteves), uma mulher muito ambiciosa e falsa. Ao ouvir uma conversa pelo telefone da Carminha, Rita fica desesperada, pois percebeu que a sua madrasta preparava um golpe para o seu pai. Haveria uma abordagem por assaltantes assim que ele saísse do banco, pois Genésio estaria de posse do dinheiro referente ao pagamento da venda da casa onde viviam. Na realidade, a casa era herança da sua ex

---

<sup>6</sup> AVENIDA BRASIL. **Memória Globo.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/avenida-brasil/trama-principal/#:~:text=Previous-.Avenida%20Brasil%20conta%20a%20hist%C3%B3ria%20de%20uma%20jovem%20que%2C%20desde,uma%20mulher%20ambiciosa%20e%20dissimulada>>. Acesso em: 02 jul. 2020.

esposa falecida, mas por indução da Carminha, Genésio vê-se pressionado a vendê-la para adquirir outra moradia. Carminha preparou todo esse plano com o seu amante, Max (Marcello Novaes), então, depois de Rita estar ciente do plano, comunica tudo ao pai, mas no primeiro momento, não acredita na filha e acha que é tudo implicância da criança com a madrasta.

No banco, conforme o planejado, Genésio é roubado por homens que vinham em uma moto. No entanto, ao invés de dinheiro colocou papel na mala. Depois do assalto frustrado, Genésio retorna ao banco para sacar o seu dinheiro, com o propósito de escondê-lo em casa, agora, já atento com relação à esposa. De modo a manter Carminha sob sua vigilância, mente para ela e persiste que foi assaltado. Com esta informação, Carminha, sem saber que Genésio tinha mentido para ela, se finge de triste, mas na realidade comemora o assalto.

Depois deste acontecimento, Genésio promete à sua filha Rita que iria se separar. Ele se atentou a tal ponto que certo dia a flagrou com o seu amante Max. Após uma discussão com Carminha, Genésio se fere e fica fora de si, então, ao vagar pela Avenida Brasil, acaba sendo atropelado e morre no local. O culpado pelo atropelamento foi o jogador do Flamengo, Tufão (Murilo Benício), que teve como seu primeiro time o Divino Futebol Clube, situado no Subúrbio do Rio de Janeiro. No âmbito da sua morte, Genésio fala em tom baixo para Tufão o nome da sua esposa Carminha, mas na realidade, Genésio pretendia dizer quão perigosa ela era. Entretanto, o jogador, na sua ingenuidade, entendeu que ele pedia que cuidasse de sua esposa. Tufão, com medo de que o ocorrido manchasse a sua carreira futebolística, pôs-se em fuga depois de chamar a ambulância. Após Carminha ter recebido informação acerca da morte de Genésio, fingiu estar comovida, mas na realidade fica contente com o ocorrido ao ponto de ir ao encontro do amante, acreditando que colocando a Ritinha na parede, conseguiria tirar da menina a informação de onde estaria o dinheiro guardado pelo pai. Apesar de Ritinha não ter medo da madrasta, Carmen e Max eram espertos e logo conseguiram ludibriar a criança para tomarem posse do dinheiro. Isso fez com que Carminha bolasse um plano de se livrar da sua enteada, pedindo para que o seu amante a abandonasse em um lixão sob os cuidados de Nilo (José de Abreu), considerado o rei do lixão. Foi a partir daí que começa o ódio de Rita pela madrasta.

Rita enfrentava sérias dificuldades no lixão, e por outro lado, Carminha levava boa vida. Tufão, sentindo remorso pelo atropelamento de Genésio, procurou Carminha. Nesta altura, acabara de garantir o título do seu time Flamengo. Ao se apresentar para

Carminha, identificou-se como um amigo de longa data do seu falecido marido. Carminha era uma mulher muito calculista e esperta, devido a insegurança de Tufão ao falar de Genésio, percebeu claramente que algo estava errado e, na realidade, o jogador estava ali por conta de sua culpa. Ao saber que Tufão era rico e famoso, a vilã simula desespero e tristeza, se aproveitando do sentimento de remorso do jogador, que caiu na armadilha. Esse fato o leva a terminar seu noivado com a cabeleireira Monalisa, escolhendo permanecer com Carminha.

Para conseguir ficar com Tufão, Carminha usou de sua falsidade, inventando muitos fatos. A vilã chegou a afirmar que iria se suicidar e que esperava por um filho do falecido marido, porém, tratava-se de uma gravidez de Max. Acreditando nessa história, Tufão fica sensibilizado, consolando-a de tal maneira que chega a se deitar com a viúva. Monalisa, que já se encontrava grávida de Tufão, decide voltar para a Paraíba, sem avisar seu ex noivo que está esperando um filho, contudo, ela perde o bebê em um acidente de ônibus. Tal fato levou-lhe a adotar uma criança de nome Iran (Bruno Gissoni), tendo voltado ao Rio de Janeiro somente após o casamento de Tufão com Carminha e do nascimento da filha dela com Max, Ágata (Ana Karolina). Monalisa, apesar do ocorrido, continua mantendo boas relações com Tufão e gerindo o salão criado por eles, porém, ainda mantém o sentimento de amor pelo ex-noivo.

O sucesso de Carminha é sempre em coordenação com Max, seu eterno amante. Para mantê-lo perto de si, mente que ele é irmão de criação do Genésio e, além disso, arma para que Max se case com a Ivana (Letícia Isnard), irmã de Tufão. Com essas artimanhas, Carminha chega a conquistar toda a família de Tufão, inclusive a mãe. Com o decorrer do tempo, a história de Carminha vai vindo à tona e os indícios da má pessoa que ela representa se dá no início da história com o filho dela com o Max, o “Batata”, abandonado por eles no lixão do Nilo na mesma época com a Rita. As duas crianças acabam se apaixonando e nunca esquecerão este amor. Anos depois e com condições financeiras de criá-lo, Carminha tira o filho do lixão, mentindo para Tufão que quis adotá-lo. O menino é bem recebido em sua nova casa, passando a se chamar Jorginho. A partir daí, a trama possuirá novos rumos até que todos saibam a real história escondida por Carminha.

#### **CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA**

Etimologicamente, a palavra metodologia possui origem grega, deriva de *methodos*, cujo significado refere-se a maneira de se atingir determinado objetivo e *logos*, atribuído ao conhecimento. Sendo assim, a metodologia configura-se como um instrumento fundamental para o cientista social atribuir legitimidade científica ao seu trabalho, de modo a alcançar a finalidade desejada por meio do conhecimento/ estudo dos procedimentos metodológicos necessários (DEMO, 1995; GIL, 2008).

Por sua vez, conforme Menezes et al (2019), a metodologia proporciona ao leitor a compreensão do caminho percorrido pelo pesquisador para a elaboração da pesquisa, demandando principalmente atenção e cuidado em sua elaboração. Esta percepção demonstra a importância da descrição metodológica no campo científico, auxiliando e organizando os objetos em instrumentos para a investigação.

Em complementaridade, Aragão e Mendes Neta (2017) salientam que a metodologia é um componente essencial para a produção científica, uma vez que aponta diferentes possibilidades de mensuração dos fenômenos conforme o método a ser utilizado. Desse modo, a existência de uma pluralidade de métodos corrobora para a realização de pesquisas com diferentes temáticas e finalidades no universo das ciências, contribuindo na construção de sínteses reflexivas sobre os dados analisados.

A partir disso, ao se aproximar de estudos no campo das ciências sociais e ciências sociais aplicadas, o presente trabalho fez uso de técnicas aplicadas em pesquisas de natureza qualitativa, as quais não podem ser medidas nem quantificadas e que conforme Goldenberg (2004), enfatizam a esfera dos significados e valores que integram um fenômeno manifesto no grupo investigado. Além do mais, ressalta-se que

as abordagens qualitativas não se preocupam em fixar leis para se produzir generalizações. Os dados da pesquisa qualitativa objetivam uma compreensão profunda de certos fenômenos sociais apoiados no pressuposto da maior relevância do aspecto subjetivo da ação social (GOLDENBERG, 2004, p. 49).

Nesse sentido, para a estruturação dos dados referentes ao possível impacto de duas telenovelas brasileiras (*O Clone e Avenida Brasil*) na cultura de cidadãos angolanos, foi preciso explorar caminhos metodológicos que contribuíssem para a realização dos objetivos previamente traçados pelo pesquisador. Posto isto, os próximos parágrafos sintetizam as técnicas utilizadas para a elaboração deste trabalho.

A **análise bibliográfica** possibilitou fundamentar as elucidações discutidas ao longo deste estudo, sendo necessária para conhecer o que a literatura na área traz sobre o tema. Para isso, realizou-se um levantamento bibliográfico de seleção das principais obras que pudessem contribuir na construção desta pesquisa. Para as buscas, foram utilizados

descritores, como “Telenovelas brasileiras em Angola”, “Telenovelas e a aculturação” e “Influência das telenovelas brasileiras”. Com isso, percebeu-se que ainda há poucos estudos que tratam sobre o objeto em questão, mais especificamente o de Barbosa (2008) e Lourenço (2017), fato que demonstrou que o desenvolvimento desta pesquisa contribui na ampliação do conhecimento sobre esta temática. Além disso, a análise das produções científicas que baseiam esta pesquisa possibilitou a obtenção de um panorama de contextos sociais, revelando que as telenovelas e a aculturação ultrapassam barreiras físicas e influenciam diferentes países e povos.

Foi empregado o método de *estudo de caso* na presente investigação, que conforme Gil (2008), é uma estratégia caracterizada pelo estudo aprofundado do objeto de pesquisa. De acordo com Yin (2015), o estudo de caso enquanto método de pesquisa busca investigar determinado fenômeno social na contemporaneidade, contribuindo em sua compreensão, também visando responder questões fora da mensuração de um universo mais amplo, focando nas possíveis relações de semelhança entre os fenômenos pesquisados. Por essa razão, se o estudo de caso trata de fenômenos temporais atuais, pode-se afirmar que o objetivo é entender eventuais ações dos indivíduos de acordo com o universo pesquisado (BRANSKI; FRANCO; LIMA JR., 2010).

O estabelecimento de um *questionário* como instrumento de coleta de dados teve como foco principal a abordagem de questões relacionadas às possíveis influências das teledramaturgias brasileiras na cultura angolana. Por esse motivo, em conformidade com Chagas (2000, p. 4), “o desenvolvimento do questionário está ligado à formulação exata do problema a ser pesquisado e ao objetivo da pesquisa”. Com isso, sua aplicação possibilita uma possível classificação e interpretação do sujeito e/ou objeto estudados. Além do mais, o caráter de uma metodologia que busca descrever e posteriormente interpretar dados através de um questionário pode servir como base para pesquisas que se utilizam de outros métodos (qualitativos ou quantitativos) para mensuração de fenômenos ou objetos semelhantes.

A partir dessa finalidade, foi possível incorporar perguntas abertas e fechadas aos eixos de “Consumo e percepção das Telenovelas brasileiras” e “Aculturação”, pontos extensamente discutidos neste trabalho. Este questionário teve como foco de respondentes indivíduos de cidadania angolana que foram abordados por meio de redes sociais. Dessa forma, após a abordagem, as perguntas foram feitas pelo pesquisador por intermédio do aplicativo *Whatsapp*, e as respostas dos entrevistados registradas pelo envio de áudio. Para aqueles que optaram em não gravar áudio, puderam enviar suas

respostas por escrito ao *e-mail* do pesquisador. Assim, os indivíduos se constituíram como construtores e colaboradores do panorama analisado.

O campo de amostra foi composto por 13 sujeitos e as ações de coletas de dados foram realizadas no ano de 2020. Para a elaboração do questionário (anexado ao final do estudo), julgamos necessário entender que cada participante possui formas particulares de se expressar e refletir sobre o que a ele é questionado, por conta disso, o instrumento utilizado foi pensado buscando respeitar ao máximo sua compreensão, de modo a não causar constrangimentos aos sujeitos da investigação. Dessa maneira, é possível promover um ambiente com que os mesmos se sintam à vontade em discorrer sobre os impactos que as telenovelas brasileiras provocam na cultura de Angola.

Por fim, a construção e interpretação dos dados obtidos, consistiu em uma análise crítica minuciosa, pautada no entrelaçamento e discussão com as principais obras acadêmicas presentes nesta pesquisa.

## **CAPÍTULO 5 – MUDANÇAS E INFLUÊNCIAS DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS NA CULTURA DE ANGOLA**

A partir da análise das entrevistas realizadas para este trabalho, foi possível nortear a construção dos resultados e discussões do presente estudo, estabelecidos na identificação e reflexões acerca das principais áreas da cultura angolana influenciadas pelas telenovelas brasileiras, em particular, *O Clone* e *Avenida Brasil*.

As telenovelas brasileiras configuram um dos elementos principais que refletem a identidade e cultura do país (LOPES, 2003), sendo assim, seu consumo atua diretamente nos hábitos e costumes do público telespectador angolano, passando a ser influenciados por elementos da cultura brasileira. Esta realidade cercada por mudanças ocasionadas pelas teledramaturgias, é interpretada de modo particular entre os entrevistados. Ao serem questionados se as telenovelas brasileiras, de certa forma, influenciam a vida de cidadãos angolanos, destacamos as considerações de Esperança Francisco, Albino Valente e Esmeralda Artur:

As novelas brasileiras fazem parte do cotidiano angolano desde muito cedo. De certa forma, as novelas trazem conteúdos que nos levam à reflexão, nos levam a pensar o lado bom e o negativo, creio que na vida de outras pessoas também as novelas tenham trazido alguma mudança (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

As novelas mudaram em minha vida algumas atitudes e a maneira de olhar as pessoas e conviver com as mesmas. Percebi também que nem todas as pessoas

que se aproximam de nós são confiáveis, então, aprendi a confiar menos nas pessoas a partir das novelas (Albino Valente, 25 anos, Bié).

As novelas mudam muito a minha maneira de encarar a vida, a viver com mais intensidade, da minha maneira, porque a vida termina num instante (Esmeralda Artur, 23 anos, Bié).

O consumo de telenovelas, proporcionado por sua ampla disseminação internacional (SANTOS, 2010; VALENTIM 2007) vêm fomentando um notável encontro intercultural da nação angolana para com a brasileira. Esta aproximação reflete em diferentes âmbitos da vida e cultura do povo angolano, desde o cotidiano ao modo de vestir, se relacionar, falar, interpretar problemas sociais e políticos, na compreensão da história, cultura e valores do Brasil e também no anseio dos mais jovens de buscarem a nação brasileira como referência de desenvolverem e concluir seus estudos. Alguns pontos destas mudanças são percebidos nas afirmações dos entrevistados Esperança Francisco, Aldemiro Damião e Jimmy Sebastião:

Eu não sei assistir outra novela se não for a novela brasileira. [...] Creio que a novela brasileira, além de trazer conteúdos, sua dramaturgia tem uma forma de ser realista que te levam na realidade das coisas, tu não percebes muito a ficção, tu entras, tu mergulhas na novela brasileira. Então, creio que isso que faz-me prender nas novelas (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Além de inspirar na moda, as novelas também nos inspiram academicamente. Uma das mudanças que essas novelas me trouxeram é a decisão de eu ir para o Brasil. De tanto assistir novela, eu coloquei na minha cabeça que um dia eu teria de estudar no Brasil, e aconteceu. Eu fui para o Brasil, estudei e me formei (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Na minha vida, as novelas ensinaram-me a entender que determinados comportamentos são normais, o beijo, a pegada. Eu cresci em Angola e tive uma educação muito reservada, comecei a aprender sobre namorar, beijar e amar com as novelas e sempre tive curiosidade de experimentar o que via. Mas, para além disso, aprende-se muito com as histórias em diversos campos da vida (Aldemiro Damião, 28 Anos, Malanje).

As novelas brasileiras inspiraram muito na cultura angolana, sobretudo na questão das roupas e nos namoros (Jimmy Sebastião, 38 anos, Luanda).

Mediante a estas inspirações pronunciadas pelos entrevistados, destacamos as falas de Jimmy Sebastião e Aldemiro Damião, se referindo às relações amorosas que passam a ter novos olhares a partir das novelas, uma vez que em Angola não é comum se ver, no dia-a-dia, trocas de carinhos entre os casais publicamente. Nesse caminho, podemos reforçar que as constantes construções e desconstruções de ideias, discursos e valores integram sistematicamente a forma com que os sujeitos angolanos recebem e internalizam aquilo que é exposto neste produto midiático, formando um “sistema cultural

dinâmico que passa por um processo de aculturação” (FRANCKLIN, 2013, p. 30), refletindo na sociedade angolana a apropriação de elementos culturais ligados à nação brasileira.

Esta aproximação cultural relatada e discutida neste trabalho, tem por principal causa a significativa identificação dos receptores de Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) com a cultura brasileira (FERREIRA, 2015), o que faz com que, assim como em Angola, outros países africanos se encaixem nesta realidade (MENDES, 2012).

Apesar das diferenças existentes entre as nações, as telenovelas brasileiras enquanto produto midiático possibilitam uma nova forma de perceber e assimilar as representações sociais narradas. Assim, cria-se uma oportunidade de identificação que perpassa princípios e valores dos indivíduos, o que nos leva a afirmar que a identidade é um produto histórico sujeito a constantes transformações, e pode também conceder lugar à pluralidade cultural (QUEDINHO, 2007; SOUSA, 2010).

Por conta disso, mediante as falas da Esperança Francisco e Mauro Henrique, verificou-se que a postura dos atores principais nas teledramaturgias provocam o surgimento de novas referências de vida e de moda em seu cotidiano, fato que reflete a incorporação de elementos de identificação ligados à cultura brasileira:

Com a inserção das novelas brasileiras, as mulheres começaram a se tornar muito mais vaidosas, nós queríamos tudo o que estivesse a passar nas novelas brasileiras. Aquilo que as novelas vendiam de roupas, bijuterias, até de comida nós imitávamos. Se a Globo ou a Record decidirem fazer uma novela que esteja uma atriz principal com um cabelo bonito, não importa a cor, tenho certeza que aqui, as moças deixarão de usar um bom lenço, um bom turbante na cabeça para imitar o cabelo que estiver em alta na novela (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Uma das atrizes que eu acompanho desde muito criança e tenho uma admiração enorme é a Taís Araújo. A Taís me inspira na aceitação de sua identidade negra, de seus cabelos e de sua ancestralidade. Do que nós sabemos da realidade do Brasil, quanto à questão do negro, ela tem uma afirmação muito forte, porque vivemos lutando contra o racismo, no direito das mulheres, da família, então ela me inspira muito nesses quesitos (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Algumas vezes tentei imitar o sotaque brasileiro, que é um português muito bonito. A maior parte das palavras e frases que nós aprendemos com as telenovelas brasileiras são as gírias. A gente consegue perceber que cada estado do Brasil tem as suas gírias, e alguns personagens demonstravam isso. Só que lá em Angola eu não entendia e, hoje, após a minha chegada aqui no Brasil eu consigo entender as gírias de São Paulo, dos cariocas e dos mineiros, e assim sucessivamente (Mauro Henrique, 29 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

Estes aspectos oriundos das teledramaturgias presentes no dia-a-dia de angolanos, frequentemente se contrastam com hábitos e costumes do país. As palavras e expressões até então desconhecidas, passam a fazer parte do linguajar dos cidadãos, como “Oxe”, “Oxente”, “Vixe Maria”, “Danado”. Os turbantes e trajes tradicionais<sup>7</sup>, cedem espaço nos guarda-roupas e dão lugar ao vestuário da moda de celebridades das tramas.

Diante disso, foi possível perceber entre os indivíduos duas maneiras de encarar estas mudanças: por um lado, proporciona uma oportunidade à sociedade de se abrir ao novo, por outro, carrega consigo aspectos negativos que afetam a moral, educação familiar tradicional e crenças estabelecidas ao longo da cultura angolana, como é salientado nas considerações de Janeth Coelho e Esmeralda Artur:

Tem certas coisas que eu acho que não inspiram nada e é muito contraditório com a nossa cultura, muito mesmo, como andar de calções curtos a mostrar as nádegas e, *yah*, acredito que já é uma invasão dentro da nossa cultura e que nós não estamos acostumados a lidar. Até hoje nós não conseguimos (Janeth Coelho, 30 anos, Luanda).

As novelas brasileiras têm impacto positivo ou negativo, dependendo de quem as assiste. A título de exemplo, a novela *Malhação*, há uns anos, foi preciso uma intervenção da Organização da Mulher Angolana, por causa da maneira de vestir, falar e agir dos adolescentes brasileiros. Perante os mais velhos angolanos, não era certo. Agora, há pessoas mais adultas que entendem e conseguem distinguir que nem tudo que a novela apresenta é mal, e então, conseguem reter as coisas positivas (Esmeralda Artur, 23 anos, Bié).

O fenômeno aculturativo que envolve diferentes âmbitos de uma nação influenciada por outra é amplo, complexo e dinâmico, sendo distinta a maneira como cada indivíduo assimila tal fenômeno ao longo do tempo. Por esse motivo, ressignificar valores e crenças enraizados torna-se uma alternativa para a estruturação de um contexto social mais colaborativo. Isto não significa o abandono de tradições ligadas à história do país, mas sim, uma readaptação, articulação e acomodação de culturas, de modo a promover uma nova dinâmica social (SANTOS, 2011).

De acordo com Marques e Filho (2012), as telenovelas vêm se destacando devido sua capacidade em levar os telespectadores a compreenderem o mundo em suas múltiplas realidades. Nesse sentido, um interessante aspecto a realçar diz respeito ao conhecimento sobre a história do Brasil proporcionado pelas narrativas. Ao longo de 70 anos de telenovelas brasileiras, muitas produções de época conquistaram a audiência exatamente

---

<sup>7</sup> Os trajes tradicionais referem-se às roupas confeccionadas de tecidos coloridos, estampados ou não, historicamente inseridos na cultura africana. Estes panos adquirem denominações diferentes conforme os países, e, em Angola, são chamados de Samakaka.

por isso, abordando temáticas como a escravidão no Brasil, ditadura militar, chegada da família real portuguesa, tensões sociais e raciais nas primeiras décadas de república, entre outras. Nessa linha de pensamento, salienta-se as considerações dos entrevistados Mauro Henrique e Esperança Francisco:

As telenovelas das 18h, que retratavam mais o Brasil do tempo da escravidão, tinham o conteúdo muito interessante, porque nós de Angola não sabíamos dessa realidade de como é que foi o movimento da escravidão, de como os negros foram escravizados aqui no Brasil, isso foi muito interessante, eu aprendi bastante nas telenovelas (Mauro Henrique, 29 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

As novelas nos trouxeram muito conhecimento sobre a história do Brasil (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Este aspecto informativo integra uma gama de elementos que fazem com que as tramas brasileiras ganhem cada vez mais espaço no cotidiano dos telespectadores angolanos. O horário em que se passam as novelas é considerado um compromisso para muitas famílias, onde depois de um dia árduo de trabalho e atividades domésticas, as pessoas se juntam na sala e esperam ansiosamente pelo novo capítulo a ser exibido na televisão, assim como expõe Esio Bertony:

No ambiente totalmente familiar, tínhamos até um horário programado para todo mundo sentar ali e assistir. Notava-se uma coisa muito interessante que cada um expunha as suas percepções mesmo estando a assistir a mesma coisa, então cada um absorvia uma informação daquilo. Era um momento totalmente confortável e super descontraído (Esio Bertony, 30 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

Da mesma forma, há relatos que de tanto que as novelas fazem parte do dia-a-dia das pessoas, podem também influenciar em horários programados além do lazer, como por exemplo, atividades acadêmicas. A alta frequência em acompanhar cada narrativa, desenvolve, inconscientemente, um sentimento de dependência por este produto midiático que toca diretamente com o imaginário de seus receptores. A percepção de Janeth Coelho complementa este enfoque:

Assisto novelas praticamente todos os dias, principalmente a partir das 17h. Tem vezes que eu deixo de fazer muita coisa para assistir as novelas e às vezes tornam-se muito viciantes os capítulos. Eu saio do Globo One, vou pra Zap novelas, depois da Zap novelas vou pra Tv Globo e já tenho assim as minhas novelas selecionadas até as 21h para assistir. Perco muito tempo, até meu marido às vezes fala: “Você perde muito tempo em futilidades em vez de você entrar em seus estudos”. E eu ainda sou estudante e tenho que ler muito, então nesse tempo da quarentena plorei a ver novelas (Janeth Coelho, 30 anos, Luanda).

Como exposto, as influências que as telenovelas brasileiras exercem no cotidiano de telespectadores angolanos não se encerram no momento em que os capítulos diários terminam na televisão, mas também se refletem nas mais diferentes áreas desta sociedade, assim, “suportes das ideias coletivas e do reconhecimento do homem como ser transformador no mundo” (ROCHA, 2009, p. 29). Nesse segmento, a maioria dos entrevistados mencionaram que costumam comentar com outras pessoas sobre as novelas, fato que elucida marcas das teledramaturgias brasileiras no dia-a-dia de angolanos, seja na escola, trabalho ou outras atividades, como destaca as afirmações da Esperança Francisco e Aldemiro Damião:

Em uma roda de mulheres, não pode deixar de faltar um bom comentário sobre uma boa novela que esteja a passar, principalmente uma novela que traga um tema muito pertinente em algumas sociedades. É óbvio que, todos os dias que eu tiver oportunidade de falar com as minhas colegas sobre as novelas, nós comentamos, nós debatemos, nós reprovamos o personagem que perante a sociedade não são bem-vindos (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Normalmente, partilho os acontecimentos das novelas com os amigos mais próximos que também acompanham, e ficamos expectantes com o que vai acontecer por causa do suspense (Aldemiro Damião, 28 Anos, Malanje).

Para mais, dado a expressiva popularidade das tramas brasileiras, para aqueles que em razão de alguma eventualidade não tenham conseguido acompanhar os capítulos pela TV, os mesmos se apoiam no uso das plataformas digitais da Rede Globo ou Youtube para se atualizarem e não ficarem de fora de nenhuma novidade na qual tenha sido interpretada por seus atores e atrizes preferidos. A entrevistada Esperança Francisco salienta uma experiência de sua vida familiar referente a isso:

Eu tenho uma irmã que não desgruda da novela, se ela não assistir à novela a noite ela acorda de manhã e recua todas as novelas para poder assistir e acompanhar taxativamente. Também eu, quando não assisto à novela e quero manter-me a fofoca, tem alguns sites brasileiros e algumas imprensas digitais do Brasil que divulgam os capítulos anteriores ou o capítulo que irá apresentar no dia e fazem alguns resumos. Então, eu entro no site da Globo e vou na área das novelas ver as informações sobre o que aconteceu (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda).

Com base nesses relatos, é possível identificar áreas da cultura angolana notoriamente marcadas pelo consumo de telenovelas brasileiras. Mesmo para aqueles que as consideram como um elemento controverso aos valores tradicionais de Angola, também são afetados por elas indiretamente, seja pela conduta dos que estão ao seu redor, seja pelo fato de que em algum momento terem que repensar o modo de lidar com as transformações que a nação está a passar.

Pode-se perceber também a relação da influência das teledramaturgias brasileiras na cultura angolana nos relatos de Janeth Coelho e Albino Valente, que demonstram que o consumo deste produto midiático ocasiona tensões culturais, gerando novos olhares para questões sociais, como a homossexualidade:

As novelas brasileiras nos inspiram até certo ponto, mas podem desestruturar nossa cultura, porque nós ainda somos um país muito fechado. Tem situações que aí no Brasil é muito aberta, é muito normal, como os casos de homossexualidade. Nós aqui ainda somos muito fechados e acho que inspira alguma coisa quanto a esse tipo de assunto para nós sermos mais abertos com as pessoas (Janeth Coelho, 30 anos, Luanda).

Coisas que antigamente não eram aceitas, como por exemplo a homossexualidade, hoje, as pessoas já conseguem enxergar este fato como normal. Então, já se nota uma certa ausência de preconceito e discriminação quanto às pessoas que têm uma conduta sexual diferente. Portanto, acho que é isso que eu posso apontar como uma inspiração das telenovelas brasileiras na cultura angolana (Albino Valente, 25 anos, Bié).

As explanações destes dois entrevistados refletem que, dependendo do que é exposto nas tramas, resulta em tensões culturais, propiciadas pela forma com que cada sujeito percebe, compreende e interpreta determinado fato em seu contexto social. A questão da homossexualidade em Angola ainda exhibe certa complexidade devido ao conservadorismo presente na cultura familiar (GUEDES, 2017b). Muitos a consideram como um desvio de comportamento, gerando preconceito, machismo e discriminação direcionados às pessoas que possuem esta orientação sexual. Por esse motivo, dificilmente se encontra pelas ruas, casais homossexuais andando de mãos dadas, devido ao medo de receberem represálias da sociedade. No entanto, o tabu existente em torno deste cenário vem sendo gradativamente quebrado mediante programas da mídia e telenovelas, o que proporciona uma oportunidade interessante de se dialogar sobre esta temática e desconstruir imagens negativas contra os homossexuais, oferecendo aos mesmos, maior visibilidade aos movimentos que lutam pelos seus direitos.

Outro aspecto da cultura de Angola que suscitou reflexões a partir das novelas do Brasil é referente ao posicionamento da mulher na sociedade, como podemos perceber pela fala de Negilson Kaizer:

As duas principais mudanças que eu vi por meio das telenovelas é a capacidade de compreensão do posicionamento da mulher na sociedade. Depois de ver novelas e beber um pouco mais da cultura brasileira, temos tido conversas sobre o posicionamento da mulher a fazer coisas que a nossa sociedade não critica aos homens, mas critica as mulheres por fazerem. Diria também a liberdade de expressão, porque tira a mulher desse lado da posição submissa que um pouco a nossa cultura impõe (Negilson Kaizer, 27 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

A colocação do entrevistado aponta que mediante as narrativas consumidas, criam-se oportunidades para reflexões sobre assuntos que demandam certo destaque na sociedade angolana. A subordinação da mulher ao homem, em muitas famílias do meio urbano, já não é como no passado, em que havia o regime de patriarcado enraizado<sup>8</sup>, fruto do contexto em que os mais velhos viveram e também da educação que receberam (CARVALHO, 2009). Hoje, essa subordinação é mais percebida em realidades em que o homem possui maior grau financeiro que a mulher, resultando em sua maior dependência ao marido e conseqüentemente, prevalecendo a autoridade masculina no lar.

Em complementaridade, Sen (2008 *apud* Binga, 2016) realça que as desigualdades de gênero tendem a ter maior destaque em países em desenvolvimento, e em Angola não é diferente. Porém, estas diferenças vêm diminuindo no campo social e político, exatamente devido à melhora do nível financeiro e de escolaridade de muitas mulheres, passando já a se observar a presença feminina em cargos importantes do país, desde ministras a comandantes militares e na chefia de setores da educação e saúde.

Nesse sentido, com o advento das novelas, principalmente brasileiras, ocorre um processo de desconstrução no que tange a certos hábitos, outrora comuns, fortalecendo reflexões sociais e possibilitando oportunidades para ampliar o diálogo sobre temáticas importantes em solo angolano.

## **5.1 Impactos das Telenovelas *O Clone* e *Avenida Brasil***

Em conformidade com Rebouças (2009), as narrativas das telenovelas brasileiras também se destacam perante a maioria dos entrevistados por oportunizarem a reflexão e conhecimento sobre diferentes temáticas de cunho social. Ao se referirem às tramas de *O Clone* e *Avenida Brasil*, foi possível evidenciar que a maioria dos entrevistados perceberam nestas novelas uma oportunidade de aprofundarem seus conhecimentos sobre as temáticas debatidas, sobre as culturas narradas, bem como se abrirem ao diálogo de acordo com as representações sociais interpretadas nas tramas. Os colaboradores Esio

---

<sup>8</sup> Neste contexto, o patriarcado representa um sistema organizacional em que predomina fortemente a autoridade do homem, acarretando na submissão, dependência e silenciamento da mulher para com o marido no que concerne às questões que, socialmente na época, não se aplicavam à mulher. Tal fato, devido a um cenário em que a figura masculina é sinônimo de força, poder, virilidade e inteligência, e mediante a isso, cabendo à mulher se dedicar às questões tradicionais do lar e maternidade (MARTINS, 2011).

Bertony, Esmeralda Artur, Rui dos Santos e Mauro Henrique sintetizaram de forma interessante este aspecto das duas teledramaturgias:

São novelas que além do seu conteúdo romântico e outros mais, despertaram algo em mim, uma curiosidade intercultural de saber mais sobre outras culturas, outras religiões e também saber mais sobre outros países também. São culturas totalmente diferentes e eles conseguiram fazer essas ligações. Então, pra mim, o conteúdo dessas novelas teve muita influência (Esio Bertony, 30 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

A novela *O Clone* aumentou o meu conhecimento científico, porque eu não sabia que era possível fazer clonagem, mas a partir da novela eu fiquei a saber (Esmeralda Artur, 23 anos, Bié).

A minha novela preferida foi *Avenida Brasil*, porque eu achei uma novela com uma estrutura que abrangeu muitos aspectos da vida social contemporânea. Teve uma mistura muito interessante de drama, aventura, esporte e também humor. Portanto, [...] por essa fusão de aspectos que formaram a novela é que resultou em um enredo muito interessante para mim em relação a realidade que se vive atualmente (Rui dos Santos, 41 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

A minha novela favorita foi *Avenida Brasil*, por que me fez entender um pouco mais da realidade brasileira. Eu assisti ao *O Clone* também, [...] foi uma novela muito interessante, e eu aprendi um pouco da realidade marroquina com os personagens brasileiros (Mauro Henrique, 29 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

Por meio das falas, é possível perceber que aspectos referentes ao debate em torno da clonagem, incluindo a relação amorosa entre os dois personagens principais (Jade e Lucas) em *O Clone* e na forma em que *Avenida Brasil* desenvolveu seu enredo em torno de uma história conturbada sobre vingança e traição envolvendo uma família tradicional brasileira no subúrbio do Rio de Janeiro, contribuíram na visibilidade destas duas novelas.

Enquanto produto midiático da indústria cultural brasileira visivelmente reconhecido, as telenovelas buscam impactar e agregar progressivamente o maior número de consumidores e conseqüentemente, aumentar a audiência. Para isso, há o empenho de seus colaboradores em disseminar discursos, histórias e temáticas relevantes que chamem a atenção do público e promovam mudanças em seu cotidiano, de modo com que os sujeitos comprem a ideia veiculada e passem a comparar suas próprias vidas e o seu entorno com as representações expostas. Por meio das entrevistas, foi possível perceber claramente este aspecto, onde os sujeitos perceberam que mediante as telenovelas *O Clone* e *Avenida Brasil*, debates importantes começaram a se desenvolver em seu contexto social, proporcionando aos mesmos conhecimentos e novas reflexões sobre o que era relatado nas telenovelas. Nessa lógica, destacamos a explanação de Rui dos Santos:

Em *O Clone*, a própria questão principal levantada pela novela que era clonagem, me chamou atenção, porque na época esse era, e acredito que até agora continua sendo, um tema muito badalado que divide opiniões. Para muitas pessoas, o processo de clonagem afronta a autoridade de Deus, era como se o homem quisesse se tornar Deus, fazendo pessoas, reproduzindo seres através de genes. Então, esse tema na época se tornou muito singelo, razão pela qual demandava muito cuidado na hora de se discutir e desenvolver qualquer tipo de comentário a respeito. Na novela *Avenida Brasil*, uma parte específica que retratava o tema sobre poligamia representado por um personagem de nome Cadinho, [...] foi um aspecto dentro da novela que me chamou atenção, pois existem muitos casos em Angola, ou seja, a poligamia no país ainda é uma realidade irrefutável e tem causado, por exemplo, a destabilização social e emocional de muitas famílias (Rui dos Santos, 41 anos, natural de Luanda e residente no Brasil).

Nota-se que os temas abordados nas duas tramas proporcionaram reflexões e análises por parte de telespectadores que as acompanharam. Tais análises se refletiram diretamente no dia-a-dia dos cidadãos que se dispunham a comentar com amigos, conhecidos e familiares sobre as novelas. Isso demonstra que, em conformidade com Rocha (2009, p. 20), “nas últimas décadas, a telenovela deixou de ser apenas sinônimo de diversão para tornar-se também uma importante aliada das questões sociais”, pois, enquanto produto de comunicação, possui uma expressiva inserção em diversas camadas sociais, agregando cada vez mais telespectadores devido sua linguagem acessível e de fácil compreensão.

Dada essa expressiva inserção, pode-se constatar a incorporação de elementos representados nas teledramaturgias no que tange ao comportamento, vestuário e adereços utilizados pelos personagens principais. A partir disso, percebe-se o acontecimento de um encontro intercultural, o qual é fator significativo para formação do processo de aculturação (PAIVA, 2010), facilitado por meio da popularidade e propagação das telenovelas brasileiras em Angola. Tal afirmativa é confirmada pelas entrevistadas Cândida Van-Dúnem, Esperança Francisco e Janeth Coelho ao trazerem suas percepções acerca de inspirações propiciadas pelas novelas *O Clone* e *Avenida Brasil*:

Em *O Clone*, além da personagem Jade me inspirar em sua maneira de ser e em como teve coragem de enfrentar a família para ficar com o homem que realmente amava, ela me inspirou também nos adereços que usava nas cenas, as pulseiras se tornaram a “sensação” do momento, na época, eu e minhas amigas chegamos a comprar bijuterias parecidas por esse motivo. Já em relação à *Avenida Brasil*, eram as colans que estavam na moda cá em Angola e que depois começamos a chamar como *Xuxuado*<sup>9</sup> (Cândida Van-Dúnem, 26 anos, Luanda).

*O Clone* trouxe uma grande mudança por alguns momentos na vida dos angolanos, em particular a minha. Na época em que a novela estava a passar, as mulheres angolanas usavam muitos trajes que as atrizes vestiam, como os

---

<sup>9</sup> “Xuxuado” é uma palavra usada em Angola, referindo-se à calça legging feminina.

das personagens Jade e Latifa. Houve também casamentos espelhados nos costumes marroquinos, na minha família em particular, meu sobrinho chama-se Rabibi por causa da novela, que na língua árabe significa Amor. (Esperança Francisco, 32 anos, Luanda)

O estilo de roupas da Carminha em *Avenida Brasil* me chamou muito a atenção. Sobre o corte de cabelo da Nina, cheguei a cortar o meu parecido com o dela. Em *O Clone*, eu gostava muito das bijuterias da Jade e costumava a usar pulseiras semelhantes (Janeth Coelho, 30 anos, Luanda).

Estas falas nos revelam o quanto os atores envolvidos nas tramas, bem como o enredo transmitido e representado diariamente para os telespectadores têm a capacidade de impactar e suscitar novas formas de interpretar o mundo, influenciando no imaginário social (ROCHA, 2009) e atuando no consumo de produtos dos setores de vestuário, acessórios e beleza. Quanto mais os sujeitos se identificam com aquilo que é exposto pela mídia, mais procuram formas de se apropriarem de elementos que de certa forma os remetem às narrativas.

A afirmativa anterior também é constatada no estudo de Mendes (2012), trazendo explanações de indivíduos africanos no tocante às mudanças percebidas em seu cotidiano por meio da popularidade das telenovelas brasileiras em seus países. A partir disso, evidencia-se que entre o público feminino, os trajes africanos tradicionais dão lugar à incorporação de novas tendências de moda, fato que resulta tanto no estabelecimento de proximidade quanto de distanciamento por parte dos sujeitos que entendem seus elementos identitários como fixos e inalterados.

Para Souza (2011, p. 4), uma vez que a aculturação é um fenômeno complexo, conseqüentemente “ [...] o mundo da comunicação mediada tem papel importante neste jogo que implica disputas por reconhecimento, por identidades de resistência frente a tentativas de absorção, ressignificação e naturalização”. Portanto, os aspectos aculturativos expostos são fatores que propiciam a diversidade e ressignificação de valores culturais que compõem a identidade de uma nação, e, além disso, permitem aos indivíduos compreenderem o mundo de uma nova perspectiva.

Sendo assim, estudar o consumo de telenovelas brasileiras e seu impacto na cultura de Angola, nos permitiu compreendê-las como um elemento intercultural, que aproxima hábitos, língua, costumes e comportamentos entre as nações brasileira e angolana. Também promovem debates, reflexões e mudanças de posicionamento conforme a individualidade do sujeito e a forma em que recebe determinada informação através das narrativas. Quanto mais eles se identificam, mais abertos se tornam a mudar realidades e conceitos até então, enraizados e privados de transformações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscar compreender a recepção, influência e impactos das telenovelas brasileiras em Angola, revela o expressivo alcance e mudanças proporcionados por este produto midiático em diferentes áreas da vida dos cidadãos angolanos. Entre os entrevistados, de modo geral, a notória frequência em assistir novelas converteu-se em novas referências de vestuário, de palavras e expressões, de novas reflexões sobre a vida, no desejo de buscar o Brasil para estudar, no conhecimento de diferentes culturas e na oportunidade de debater temáticas sociais importantes, como as desigualdades de gênero e a homossexualidade.

O fato de o país ser marcado por longos 27 anos de luta armada, demonstra que a nação é constituída por sujeitos resilientes, que buscam assimilar elementos que contribuem para o avanço de seu povo e bem-estar, contestando aquilo que de certa forma, prejudique a história e imagem de seu país. Diante dessa realidade, percebe-se entre os entrevistados, duas formas de encarar as transformações oriundas das telenovelas desde sua inserção no país: Como algo positivo, proporcionando ferramentas para renovação e ressignificação de valores enraizados, e como algo negativo, afetando a moral, tradições culturais sociais e familiares.

Por esse motivo, foi necessário trazer neste estudo conceitos de cultura e identidade cultural e nacional, uma vez evidenciado que um sistema simbólico é caracterizado pela sua dinamicidade e complexidade e, assim sendo, é passível de modificações. Tais modificações, como dito anteriormente, nem sempre são vistas de forma receptiva, no entanto, para aqueles que se abrem às aproximações culturais, passam pelo processo de aculturação, o que implica no conhecimento, fusão, assimilação e acomodação de novos elementos de identificação.

Um dos exemplos evidenciados deste fenômeno aculturativo propiciado pela ampla disseminação de teledramaturgias brasileiras em solo angolano é a criação dos mercados informais Roque Santeiro, Asa Branca e Beato Salú, que receberam estes nomes devido ao sucesso da novela Roque Santeiro no país. Esta interculturalidade é confirmada pela aproximação existente entre Angola e Brasil, que mediante cada narrativa exposta nas TVs, ocorrem distintas maneiras de identificação, seja pelos personagens, pela história, pelas roupas, ou pelos conhecimentos adquiridos nas tramas.

No que tange à análise das telenovelas *O Clone* e *Avenida Brasil*, estas foram as tramas mais vendidas pela Rede Globo (90 países e 130 países, respectivamente), a maior

emissora de comunicação da América Latina, destacando-se ao redor do mundo devido a qualidade e diversificação de seus produtos midiáticos. Foi por conta disso que elas foram escolhidas para verificar quais foram os seus impactos na vida dos consumidores angolanos entrevistados.

Em *O Clone*, os pontos mais evidenciados nas falas dos colaboradores da pesquisa foram em torno da possibilidade de debates sobre o tema clonagem, o conhecimento sobre a cultura marroquina, a identificação com as personagens Jade e Latiffa e também a aquisição de roupas e acessórios semelhantes aos retratados na novela, assim como revelam Cândida Van-Dúnem e Esperança Francisco.

Já em *Avenida Brasil*, ressaltamos a questão da poligamia vivida pelo personagem Cadinho, temática que fez o entrevistado Rui dos Santos relacionar como sendo uma das realidades presenciadas em Angola. Além disso, a novela também se destacou por promover maior aproximação dos angolanos com a vida contemporânea brasileira, principalmente no que tange ao uso de legging de algumas personagens evidenciadas na novela e, também à incorporação do corte de cabelo da personagem Nina pela entrevistada Janeth Coelho.

Dessa forma, este trabalho buscou analisar e apresentar impactos e marcas culturais das telenovelas brasileiras na cultura angolana. Promover a discussão acerca dessa temática é importante pois, além de ampliar estudos na área, corrobora com pesquisas já realizadas. Assim sendo, o aprofundamento de conceitos trazidos neste trabalho, como aculturação, cultura e identidades e sua relação com a recepção de consumidores africanos torna-se uma proposta para futuros estudos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod\\_resource/content/1/IND%C3%9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod_resource/content/1/IND%C3%9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf)>. Acesso em: 14 dez. 2020.

ADMINISTRAÇÃO do Sambizanga anuncia extinção do mercado do Beato Salú. **ANGOP - Agência Angola Press**, Luanda, 21 out. 2010. Disponível em: <[https://www.angop.ao/angola/pt\\_pt/noticias/sociedade/2010/9/42/Administracao-Sambizanga-anuncia-extincao-mercado-Beato-Salu,468ba794-618a-4084-80d3-249fb4fff430.html](https://www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2010/9/42/Administracao-Sambizanga-anuncia-extincao-mercado-Beato-Salu,468ba794-618a-4084-80d3-249fb4fff430.html)>. Acesso em: 01 jul. 2020.

ANGOLA. **Constituição da República de Angola**. Art. 10º (Estado laico). Luanda, 2010. Disponível em: <[http://www.governo.gov.ao/Arquivos/Constituicao\\_da\\_Republica\\_de\\_Angola.pdf](http://www.governo.gov.ao/Arquivos/Constituicao_da_Republica_de_Angola.pdf)>. Acesso em: 25 maio 2020.

ARAGÃO, José Wellington Marinho de; MENDES NETA, Maria Adelina Hayne. **Metodologia Científica**. Faculdade de Educação, Superintendência de Educação a Distância, Salvador: UFBA, 2017. 51 p.

ARAÚJO, Karina Inácio de.; CANI, Julia Giacomini; ALVARENGA, Alexandre Curtiss. Merchandising Social em uma Sociedade de Consumo e da Novela. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória/ES, 13 a 15 de maio de 2010.

ASSIS, Cássia Lobão; NEPOMUCENO, Cristiane Maria. **Estudos contemporâneos de cultura/ Processos culturais: endoculturação e aculturação**. Campina Grande: UEPB/UFRN, 15 fasc., (Curso de Licenciatura em Geografia – EaD), 2008.

AVENIDA BRASIL. **Memória Globo**. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/avenida-brasil/trama-principal/#:~:text=Previous-,Avenida%20Brasil%20conta%20a%20hist%C3%B3ria%20de%20uma%20jovem%20que%2C%20desde,uma%20mulher%20ambiciosa%20e%20dissimulada>>. Acesso em: 02 jul. 2020.

BARBOSA, Luciene Cecília. **As representações das relações raciais na telenovela brasileira-Brasil e Angola: caminhos que cruzam pelas narrativas da ficção**. 2008. 203 f. Tese de Doutorado (Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, 2008.

BASSO, Maressa de Carvalho. Exportação de Telenovelas: Panorama Histórico da Internacionalização das Ficções Seriadas Brasileiras. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro/RJ, 4 a 7 de Setembro de 2015.

BRAGA, José Luiz. Aprendizagem *versus* educação na sociedade mediatizada. **Anais...** Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Compós, v. 10, 2001.

BRANSKI, Regina Meyer; FRANCO, Raul Arellano Caldeira; LIMA JR, Orlando Fontes. Metodologia de estudo de casos aplicada à logística. *In: XXIV ANPET - Congresso de Pesquisa e Ensino em Transporte*. 2010.

BINGA, Maria Carolina Quilombo. **Mulheres empresárias, género e desenvolvimento em Luanda**. 2016. 53 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional) - Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa, 2016.

BRITO NETO, Manuel. **História e educação em Angola: do colonialismo ao Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA)**. 2005. 260 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, SP, 2005.

BORGES, Juliana. **Das novelas brasileiras aos mercados populares da África**. 2007. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/2007/04/das-novelas-brasileiras-aos-mercados-populares-da-frica/>>. Acesso em: 23 jun. 2020.

BOTELHO, Alberto Manuel Sona. **A Televisão em Angola no pós-guerra**. 2017. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Porto (Portugal), 2017.

CARVALHO, Eugénio Alves da. Educação em Angola e (des)igualdade de género: quando a tradição cultural é factor de exclusão. **Anais...** Actas do X Congresso Internacional Galego-português de Psicopedagogia: Universidade de Minho, Braga, p. 2401-2416, 2009.

CASHMORE, Ellis. **... e a televisão se fez**. São Paulo: Summus, 1998. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=MwNmZPpKdbgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=a+televis%C3%A3o&ots=GW\\_S\\_iu1CSu&sig=krifh6Zp8S\\_2zOWVbKHjaNzwW0g#v=onepage&q=a%20televis%C3%A3o&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=MwNmZPpKdbgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=a+televis%C3%A3o&ots=GW_S_iu1CSu&sig=krifh6Zp8S_2zOWVbKHjaNzwW0g#v=onepage&q=a%20televis%C3%A3o&f=false)>. Acesso em: 01 jun 2020.

CHAGAS, Anivaldo Tadeu Roston. O questionário na pesquisa científica. **Administração on line**, v. 1, n. 1, 2000.

COHEN, Mário. Práticos típicos angolanos promovidos em Luanda. **Jornal de Angola**, Luanda, 19 de Outubro de 2017. Disponível em: <[http://jornaldeangola.sapo.ao/cultura/pratos\\_tipicos\\_angolanos\\_promovidos\\_em\\_luanda](http://jornaldeangola.sapo.ao/cultura/pratos_tipicos_angolanos_promovidos_em_luanda)>. Acesso em: 25 maio 2020.

COUNTRYMETERS. População de Angola. Disponível em: <<https://countrymeters.info/pt/Angola>>. Acesso em: 11 maio 2020.

DANGE, Simião Gimo. **Estudo de viabilidade econômico e financeiro para abertura de um restaurante angolano no município de Criciúma**. 2019. 32 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Santa Catarina, 2019.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995. Disponível em:

<<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxhZG1lbWZvY28yMDEzMXxneDo0YjQxNzY5Nm4yYyNjk2>>. Acesso em: 16 jul. 2020.

EXIBIDA em 2001, “O Clone” é eleita a novela da década. **TV FOCO**. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/exibida-em-2001-o-clone-e-eleita-a-novela-da-decada/>>. Acesso em: 02 jul. 2020.

FARIAS, Vera Elizabeth Prola. Identidade e história de Angola: A geração da utopia. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 43, n. 4, p. 89-98, 2008.

FRANCKLIN, Eugene Oliveira. **Bandas de passagem de Mariana**: a comunicação de massa e a reconstrução do objeto tradicional. 2013. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) - Universidade Federal de Ouro Preto, UFOP, Ouro Preto, 2013.

FRANCKLIN, Eugene Oliveira. Cidades imaginadas: a construção colaborativa de narrativas de memória coletiva no *facebook*. **IX Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Minas Gerais**, 2016.

FERREIRA, Raquel Marques Carriço. **Telenovelas brasileiras e portuguesas**: padrões de audiência e consumo. Aracaju: Edise, 2015. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=zf5PvgAACAAJ&pg=PA17&hl=pt-BR&source=gsb\\_toc\\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=zf5PvgAACAAJ&pg=PA17&hl=pt-BR&source=gsb_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 10 jun. 2020.

FONTOURA, Adriana Raquel Ritter; GUIMARÃES, Adriana Coutinho de Azevedo. História da Capoeira. **R. da Educação Física/UEM**, Maringá, v. 13, n. 2 p. 141-150, 2. sem. 2002.

FURTADO, M. B.; PEDROZA, R. L. S.; ALVES, C. B. Cultura, Identidade e Subjetividade Quilombola: Uma leitura a partir da psicologia cultural. **Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 106-115, abr. 2014.

GALLAS, Luciano. **Os donos do espaço**: estudo das estruturas regulatórias da televisão aberta no âmbito da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). 2013. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, São Leopoldo-RS, 2013.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, v. 4, 2008.

GUEDES, Ana Paula Sampaio. **O Atlântico da telenovela em travessia: Angola, Brasil e Portugal**. 2017. 375 f. Tese de Doutorado (Ciências da Comunicação) - Universidade de Coimbra, 2017a.

GUEDES, Ana Paula. Era uma vez windeck: apropriação do modelo brasileiro de narrativa de telenovela na teleficção angolana. *In*: CUNHA, Isabel Ferin; CASTILHO, Fernanda; GUEDES, Ana Paula. **Ficção seriada televisiva no espaço lusófono**. Covilhã: LabCom.IFP, 2017b.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIDE, Antonio Marcos de. **TPA - O modelo de tv pública de Angola**. 2007. 227 f. Tese de Doutorado - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2007.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOMES, Leandro. Fragmento das dinâmicas culturais: aculturação e enculturação. **Revista Interdisciplinar em Cultura e Sociedade (RICS)**, São Luís, v. 5, n. 1, p. 98-110, jan./jun. 2019.

GUNZA, Cândido José. **Estado da economia angolana após a Guerra Civil: 2002-2017**. 2018. 26 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Humanidades) - Instituto de Humanidades e Letras, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, São Francisco do Conde, 2018.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. 480 p.

HELMAN, Cecil G. **Cultura, saúde e doença**. 5ª ed. São Paulo: Artmed Editora, 2009. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Ve5wDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Cultura,+sa%C3%BAde+e+doen%C3%A7a&ots=6zcnIdaLp1&sig=l8ItBr8TSnr9myMe3ERRicAVz3A#v=onepage&q=Cultura%2C%20sa%C3%BAde%20e%20doen%C3%A7a&f=false>>. Acesso em: 01 jun. 2020.

HOHLFELDT, Antonio; CARVALHO, Caroline Corso de. A imprensa angolana no âmbito da história da imprensa colonial de expressão portuguesa. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 35, n. 2, p. 85-100, 2012.

HÖRING, Jéssica da Silva. **Os movimentos de libertação nacional em Angola: trajetória política, guerra civil e impactos sobre a construção do estado (1975-2002)**. 2015. 99 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Internacionais) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Porto Alegre, RS, 2015.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (INE). **Resultados Definitivos do Recenseamento Geral da População e da Habitação de Angola 2014**. Luanda: Instituto Nacional de Estatística, 2016. Disponível em: <[http://www.ffaangola.org/AngolaCensus2014\\_ResultadosDefinitivos\\_Mar2016.pdf](http://www.ffaangola.org/AngolaCensus2014_ResultadosDefinitivos_Mar2016.pdf)>. Acesso em 27 maio 2020.

INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION (IFC). **Diagnóstico do sector privado do país**. Criação de mercados em Angola. 2019. Disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/pt/632601558495680544/pdf/Angola-Country-Private-Sector-Diagnostic-Creating-Markets-in-Angola-Opportunities-for-Development-Through-the-Private-Sector.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2020.

JORGE, Manuel. Nação, identidade e unidade nacional em Angola. **Latitudes**, n. 28, 2006.

KESKE, Humberto Ivan Grazzi; SCHERER, Maria Margarete. A telenovela brasileira e a cultura de massa: uma relação muito além do zapping. **POLÊMICA**, v. 12, n. 2, p. 239-255, 2013.

LOPES, Carlos M. Comércio informal, transfronteiriço e transnacional: que articulações? Estudo de caso no mercado de S. Pedro (Huambo) e nos mercados dos Kwanzas e Roque Santeiro (Luanda). **Economia Global e Gestão**, Lisboa, v.12, n.3, 2007.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Narrativas Televisivas e Identidade Nacional: O Caso da Telenovela Brasileira. **Anais... INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Salvador/BA, 1 a 5 de Setembro de 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, (26): 17 a 34, jan./abr. 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Ficção televisiva e identidade cultural da nação. **Alceu**, v. 10, n.20, p. 5 a 15 - jan./jun. 2010.

LOURENÇO, Augusto Alfredo. Marcas culturais da telenovela Roque Santeiro em Angola. **Anais... III Interprogramas - XVI Secomunica**, Brasília-DF, v. 2, 2017.

LUSA. **CRONOLOGIA: Angola/Eleições: Principais acontecimentos desde a independência.** 17 de Agosto de 2017. Disponível em: <<https://www.dn.pt/lusa/cronologia-angolaeleicoes-principais-acontecimentos-desde-a-independencia-8710735.html>>. Acesso em: 10 maio 2020.

MANUEL, Cabingano Vidal. **Análise da maturidade organizacional para implantação de gestão da qualidade na imprensa pública angolana – estudo de caso: televisão pública de angola.** 2014. 106 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração Pública) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE), Rio de Janeiro, 2014.

MALCHER, Maria Ataíde. **A memória da telenovela: legitimação e gerenciamento.** São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação e Cultura – Ficção Televisiva, 2003.

MALCHER, Maria Ataíde. **A telenovela como objeto científico.** 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/6e91d9b59439b06f9fd9e0bc9705b271.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

MARANHO, Elisa Peres; BRIDA, Gláucia. Merchandising comercial na telenovela: da persuasão ao incômodo. **Trabalho do Programa de Iniciação Científica do Cesumar**, Faculdade de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Maringá, Paraná, 2009.

MARTINS, Catarina. “La Noire de...” tem nome e tem voz. A narrativa de mulheres africanas anglófonas e francófonas para lá da Mãe África, dos nacionalismos anticoloniais e de outras ocupações. **e-cadernos CES**, [Online], n. 12, 2011.

MARQUES, Darcielle Paula; FILHO, Flavi Ferreira Lisbôa. A telenovela brasileira: percursos e história de um subgênero ficcional. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, v.1, n.2, 2012.

MARQUES, Inácio Luiz Guimarães. **Memórias de um golpe: o 27 de maio de 1977 em Angola**. 2012. 132 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

MARQUES, Jane Aparecida. **Vozes da cidade: O sentido da telenovela na metrópole paulistana**. 2008. 238 f. Tese de Doutorado (Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes (ECA), Universidade de São Paulo/SP, 2008.

MENDES, Chirley Ferreira. **Uma vitrine do Brasil: telenovelas brasileiras entre estudantes africanos**. 2012. 190 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

MENDES, Marcília Luzia Gomes da Costa; OLIVEIRA, Geilson Fernandes de. Quando o final não é feliz: telenovela, consumo e produção de sentidos. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 16, n. 41, p. 362-381, 2015.

MENEZES, Afonso Henrique Novaes, *et al.* **Metodologia científica: teoria e aplicação na educação a distância**. Universidade Federal do Vale do São Francisco, Petrolina/PE, 2019. Disponível em: <<http://portais.univasf.edu.br/noticias/univasf-publica-livro-digital-sobre-metodologia-cientifica-voltada-para-educacao-a-distancia/livro-de-metodologia-cientifica.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2020.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Enunciação e Discurso na Telenovela: A construção de um Sentido de Nacionalidade. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal/RN, 2 a 6 de setembro de 2008.

NDOMBELE, Eduardo David. Reflexão sobre as línguas nacionais no sistema de educação em Angola. **Revista Internacional em Língua Portuguesa**, n. 31, p. 71-89, 2017.

NGOLO, Aristides Osvaldo. **Zoneamento agroclimático para cultura do café em Angola**. 2014. 76 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa-MG, 2014.

NICOLOSI, Alejandra Pía. **Merchandising social na telenovela brasileira. Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida**. 2009. 288 f. Dissertação (Mestre em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2009.

O CLONE. **Memória Globo**. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/o-clone/trama-principal/>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

OGURI, Lúcia Maria Bittencourt; CHAUVEL, Marie Agnes; SUAREZ, Maribel Carvalho. O processo de criação das telenovelas. **Revista de administração de empresas - RAE**, São Paulo, v. 49, n.1, p. 38-48, jan./mar. 2009.

PAIVA, João Carlos Neves de. **A influência da aculturação sobre os valores humanos e suas relações com o comportamento do consumidor: um estudo transcultural com expatriados**. 2010. 247 f. Tese de Doutorado (Administração) - Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2010.

PINTO, João Nuno da Silva. **A construção da política de segurança alimentar e nutricional em Angola**. 2008. 158 f. Orientador: Renato Sérgio J. Maluf. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2008.

QUEDINHO, Luiza Delamare. A participação da mídia televisiva na construção da identidade nacional. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. Telenovelas, história, curiosidades e sua função social. **Anais...** VII Encontro nacional de História da mídia - Mídia alternativa e alternativas midiáticas, v. 19, 2009.

ROBERTO Marinho. **O Globo**, 2020a. Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/perfis-e-depoimentos/roberto-marinho-9055075>>. Acesso em: 06 jun 2020.

ROCHA, Marlúcia Mendes da. **Telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo**. 2009. 171 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

RODRIGUES, Rui Duarte Abano. **Sonangol - o petróleo e a estratégia de desenvolvimento económico em Angola**. 2013. 150 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Aberta, Lisboa, 2013.

RONSINI, Veneza Mayora; SILVA, Renata Córdova da. Mulheres e telenovela: a recepção pela perspectiva das relações de gênero. **E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; RUBIM, Lindinalva Silva Oliveira. Televisão e políticas culturais no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, n.61, p. 16-29, março/maio 2004.

SABONETE, Fernando Wilson. **Construção do estado – Nação Angolana: Relações inter-étnicas, Nhaneka-Humbe na guerra civil**. 2010. 127 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

SANTOS, Amanda Wanderley. **Exportação de telenovelas: a venda do know how**. 2010. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação

em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

SANTOS, Daniel dos. Economia, democracia e justiça em Angola: o efêmero e o permanente. **Estudos afro-asiáticos**, v. 23, n. 1, p. 99-133, 2001.

SANTOS, Julian Bruno Gonçalves. **Valores Morais: comparando telenovelas (décadas de 1980 e 2010)**. 2014. 165 f. Dissertação (Mestre em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

SANTOS, Onilma Freire dos. As diversas maneiras de aculturação na América Andina. **Boitatá**, Londrina, v. 6, n. 12, 2011.

SAQUET, Marcos Aurelio. BRISKIEVICZ Michele. Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. **Caderno Prudentino de Geografia**, nº31, vol.1, 2009.

SCORALICK, Kelly. Telenovela brasileira: fascínio, projeção e identificação. **Revista GEMInIS**, v. 1, n. 1, p. 68-81, 2010.

SEJA bem vindo à Globo. **Globo**, 2020. Disponível em: <[http://estatico.redeglobo.globo.com/2017/10/04/sobre\\_globo.pdf](http://estatico.redeglobo.globo.com/2017/10/04/sobre_globo.pdf)>. Acesso em: 06 jun 2020.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Stuart Hall, Kathryn Woodward. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

SILVA, Antônio Carlos Matias da. Angola: história, luta de libertação, independência, guerra civil e suas consequências. **NEARI em Revista**, v. 4, n. 5, 2018.

SOARES, Anna Claudia; HECK, Ana Paula. Do folhetim para a vida: a influência das telenovelas no consumo de produtos e serviços de beleza. **Revista UNINTER de Comunicação**, v. 5, n. 8, p. 73-85, 2017.

SOBRE a TPA - Televisão Popular de Angola. **TPA**, 2020. Disponível em: <<http://tpa.sapo.ao/tpa/sobre-a-tpa>>. Acesso em: 15 maio 2020.

SOBRE a ZAP. **ZAP**, 2020. Disponível em: <<http://www.zap.co.ao/sobre-a-zap/a-zap>>. Acesso em: 16 maio 2020.

SOUSA, Mauro Wilton de. O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição. **Significação: Revista De Cultura Audiovisual**, v. 37, nº 34, p. 31-52, 2010.

SOUZA, Heloisa Maria Paes de. “Uma religião de estrangeiros e alheia à cultura nacional”: discursos e ações contra o Islam em Angola. **31ª Reunião Brasileira de Antropologia**, 9-12 Dez., Brasília/DF, 2018.

SOUZA, Nelson Rosário de. Aculturação e Identidade: o caso do seriado ‘sexo e as negas’. **Anais...** VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em

Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)/RJ, 2015.

TELES, Thais. Descubra quais foram as novelas da Globo que explodiram em outros países. **TV FOCO**, 18 de abr. de 2018. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/ descubra-quais-foram-as-novela-da-globo-que-explodiram-em-outros-paises/>>. Acesso em: 01 jul. 2020.

TONDATO, Marcia Perencin. Telenovelas exportadas. **Anais... XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM – GT Ficção Televisiva Seriada**, 1998.

TOMÁS, Cláudio; MARCON, Frank. Kuduro, juventude e estilo de vida: estética da diferença e cenário de escassez. **Revista Tomo**, n. 21, p. 137-168, 2012.

TORRES, Adelino. Pacto colonial e industrialização de Angola (anos 60-70). **Análise Social**, vol. XIX, n°s 77-78-79, 1983, p. 1101-1119.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TV BRASIL. Especial África - A influência cultura brasileira nos países da África. **Youtube**, 18 set. 2012. (21m41s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pLITq7VU33Y>>. Acesso em: 23 jun. 2020.

TV Globo inaugura estúdios e amplia o maior complexo de produção de conteúdo da América Latina. **O Globo**, 2019. Disponível em: <

VALENTIM, Aldo Luiz. **Internacionalização da Rede Globo: estudo de caso da exportação de telenovelas**. 2007. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Relações Internacionais) - Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, São Paulo, 2007.

VIEIRA, Karina Mayara Leite. Pelos caminhos da memória: a angola do pós-independência revisitada por Ondjaki. **Revista África e Africanidades**, Ano 3, n. 10, 2010.

VILAS, Ricardo. Brasil, Angola, Moçambique: construção de identidade através da música popular. **Revista Sonora**, v. 8, n. 14, 2019.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=EtOyBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=estudo+de+caso&ots=-kdjlow\\_xy&sig=1a69gMCRlsxrVkJF6BV1H1FZ9ss#v=onepage&q=estudo%20de%20caso&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=EtOyBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=estudo+de+caso&ots=-kdjlow_xy&sig=1a69gMCRlsxrVkJF6BV1H1FZ9ss#v=onepage&q=estudo%20de%20caso&f=false)>. Acesso em: 09 jul 2020.

ZAU, Filipe. **Angola:** trilhos para o desenvolvimento. Universidade Aberta, 2002.

ZAU, Olávio Sisi José. **O papel dos media na luta pela consolidação da paz em Angola.** 2015. 124 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologia da Informação) - Instituto Universitário de Lisboa, Departamento de Sociologia e Ciências Públicas, Lisboa, 2015.