LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

Cine Zunga:

uma conversa com Jorge Cohen sobre consumo cinematográfico em Angola

Morgana Gama[1]

Resumo

Nesta entrevista conversamos com o produtor Jorge Cohen, idealizador e diretor geral do Cine Zunga, projeto ligado à produtora Geração 80 que pretende revolucionar a relação do público angolano com o cinema. Cohen compartilha dinâmicas de funcionamento do projeto, objetivos, resultados já alcançados e os critérios de curadoria baseados no "cinema de proximidade". Em um contexto no qual o público angolano ainda tem dificuldades para conhecer o próprio cinema nacional, o projeto é uma demonstração de que o fortalecimento do campo audiovisual demanda o engajamento das produtoras não somente em projetos que permitam a realização de novas obras, mas em iniciativas que promovam a circulação dessas produções, viabilizando a formação de público e incentivando uma nova geração de profissionais para o segmento audiovisual. Em uma conversa que vai além da referência aos filmes angolanos exibidos, parte-se da compreensão de que ao investigar aspectos da exibição e da experiência cinematográfica em diferentes contextos — neste caso, de países africanos como Angola — torna-se possível descobrir padrões mais amplos de consumo cinematográfico no cenário do Sul Global e testar hipóteses explicativas que, ultrapassando os limites temporais e espaciais da experiência considerada (Thissen, 2019), permitam uma revisão da história desses cinemas.

Palavras-chave

Cinemas africanos; públicos de cinema; Angola; geração 80; Cine Zunga.

[1] Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA) com estágio de pós-doutorado na mesma instituição. Editora da REBECA – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual. E-mail: morganagama@gmail.com

LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

Cine Zunga:

A conversation with Jorge Cohen about Angola's film consumption

Morgana Gama[1]

Abstract

In this interview, we spoke with producer Jorge Cohen, the creator and general director of Cine Zunga, a project linked to the production company Geração 80 that aims to revolutionize the relationship between the Angolan public and cinema. Cohen shares the project's operational dynamics, objectives, already achieved results, and curatorial criteria based on "proximity cinema." In a context where the Angolan public still has difficulty getting to know its own national cinema, the project demonstrates that strengthening the audiovisual field demands the engagement of production companies not only in projects that allow the creation of new works, but also in initiatives that promote the circulation of these productions, enabling audience development and encouraging a new generation of professionals for the audiovisual sector. In a conversation that goes beyond simply referencing the Angolan films shown, the starting point is the understanding that by investigating aspects of exhibition and the cinematic experience in different contexts — in this case, African countries like Angola — it becomes possible to discover broader patterns of film consumption in the Global South and to test possible explanatory hypotheses that, going beyond the temporal and spatial limits of the experience considered (Thissen, 2019), allow a review of the history of these cinemas.

Keywords

African cinemas; cinema audiences; Angola; generation 80; Cine Zunga.

[1] Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA) com estágio de pós-doutorado na mesma instituição. Editora da REBECA – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual. E-mail: morganagama@gmail.com

LUMINA
Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF
e-ISSN 1981-4070

Cine Zunga:

una conversación con Jorge Cohen sobre consumo de películas en Angola

Morgana Gama[1]

Resumen

En esta entrevista, hablamos con el productor Jorge Cohen, creador y director general de Cine Zunga, un proyecto vinculado a la productora Geração 80 que busca revolucionar la relación entre el público angoleño y el cine. Cohen comparte la dinámica operativa del proyecto, sus objetivos, los resultados ya alcanzados y los criterios curatoriales basados en el "cine de proximidad". En un contexto donde el público angoleño aún tiene dificultades para conocer su propio cine nacional, el proyecto demuestra que fortalecer el sector audiovisual exige la participación de las productoras no solo en proyectos que permitan la creación de nuevas obras, sino también en iniciativas que promuevan la circulación de estas producciones, impulsando el desarrollo de audiencias y fomentando una nueva generación de profesionales para el sector audiovisual. En una conversación que va más allá de la referencia a las películas angoleñas mostradas, se entiende que al investigar aspectos de la exhibición y la experiencia cinematográfica en diferentes contextos — en este caso, países africanos como Angola — se hace posible descubrir patrones de consumo de películas más amplios en el Sur Global y poner a prueba hipótesis explicativas que, al ir más allá de los límites temporales y espaciales de la experiencia considerada (Thissen, 2019), permiten una revisión de la historia de estos cines.

Palabras clave

Cines africanos; público cinematográfico; Angola; generación 80; Cine Zunga.

[1] Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA) com estágio de pós-doutorado na mesma instituição. Editora da REBECA – Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual. E-mail: morganagama@gmail.com

Introdução

O *Cine Zunga* é definido como um movimento de cinema comunitário que leva filmes angolanos a diferentes lugares de Angola, ampliando o acesso à cultura, fortalecendo a ligação das pessoas às suas próprias histórias e transformando espaços públicos em pontos de encontro do cinema com diferentes públicos. Nesta entrevista realizada no dia 31 de março de 2026, de forma remota, conversamos com o fundador do projeto, Jorge Cohen, para compreender os bastidores do funcionamento desse projeto de difusão audiovisual que, embora desenvolvido em solo africano, pode trazer contribuições sobre o modo de se pensar práticas de exibição cinematográfica em países do Sul Global [1].

Jorge Cohen é diretor e produtor executivo da *Geração 80*, produtora criada em 2010, fruto de uma parceria com o realizador angolano Mário Bastos – mais conhecido como Fradique – e Tchiloia Lara. Além de produtor de maior parte dos projetos audiovisuais, Cohen é mentor de duas iniciativas que se tornaram centrais para a difusão cinematográfica no contexto angolano: o *Cine Geração* e o *Cine Zunga*. Enquanto o primeiro projeto funciona como uma espécie de cineclube, com sessões semanais realizadas na sede da produtora em Luanda, o segundo, *Cine Zunga*, é de natureza itinerante e exibe filmes em diferentes cidades do país.

A expressão *Zunga*, que dá nome ao projeto, vem da palavra em quimbundo *nzunga* e que, em português, corresponde à venda ambulante [2]. Partindo da imagem da vendedora ambulante, a *zungueira*, como alguém que não espera o cliente vir ao seu encontro para adquirir o produto, mas que vai até ele, o *Cine Zunga* se apresenta como um projeto de cinema móvel que busca levar o audiovisual para diferentes localidades de Angola, transformando o cinema em um bem cultural mais próximo de todas as pessoas. A missão do projeto é alcançar 1 milhão de espectadores em cinco anos e fazer, pelo menos, uma exibição em cada um dos 326 municípios do país, afirmando "Angola como uma potência cinematográfica no continente" (Produtora [...], 2025).

A ação acontece ao ar livre e cada edição é planejada para comportar uma capacidade média de 500 pessoas. Utilizando tela insuflável, associado a um sistema de projeção de som e imagem, o projeto conta com o apoio do Instituto Angolano do Cinema e do Audiovisual (IACA) e do Governo Provincial de Angola (GPL). Além de sua natureza itinerante, um aspecto que torna o projeto acessível ao público são os ingressos: nas sessões pagas, o valor cobrado é de 1.000 Kzs (mil *kwanzas* angolanos) – correspondente ao valor médio de 1 dólar e 60% mais acessível que as salas de cinema convencionais [3] – sendo que 70% do valor arrecadado é revertido para os produtores dos filmes e 30% para o *Cine Zunga*. As sessões apoiadas pelos patrocinadores – entidades da administração pública ou empresas – são inteiramente gratuitas.

A exibição de filmes ao ar livre não é exatamente algo novo no contexto

angolano. No livro *Angola cinemas – uma ficção da liberdade* (2015), organizado por Fernandes e Hurst, há a informação de que diversas salas de cinema em Luanda eram projetadas para exibições ao ar livre, com esplanadas, os chamados "cinemas tropicais de Angola". Apesar do número expressivo de tais espaços – só em 1956, já eram 19 salas de cinema (Nascimento; Flores, 2017, p. 85) – essas primeiras salas ainda refletiam os parâmetros sociais herdados com o regime colonial, com a separação espacial entre pessoas negras e brancas, servindo como uma espécie de propaganda do poder colonial (Fernandes; Hurst, 2015). Somente após a independência, o cenário de exibição cinematográfica se tornou mais democrático com o surgimento de salas em bairros periféricos e a organização de cinemas ambulantes nos povoados, as chamadas "sanzalas" (Nascimento; Flores, 2017, p. 83). De certa forma, projetos como o *Cine Zunga*, configuram uma retomada dessa experiência historicamente interrompida.

Ao longo da conversa, Cohen compartilha dinâmicas de funcionamento do projeto, objetivos, resultados já alcançados e os critérios de curadoria da programação – uma programação que não se restringe à exibição de produções angolanas, mas se baseia naquilo que Jorge Cohen define como um "cinema de proximidade". Em um contexto no qual o público angolano ainda tem dificuldades para conhecer o próprio cinema nacional – seja pela programação das salas de cinema comercial, seja pela escassez de salas de cinema em regiões mais afastadas da capital – o *Cine Zunga* é uma demonstração de que o fortalecimento do audiovisual demanda o engajamento das produtoras não somente em projetos que permitam a realização de novas obras, mas em iniciativas que promovam a circulação dessas produções viabilizando a formação de público e incentivando uma nova geração de profissionais para o segmento audiovisual.

O registro da experiência do *Cine Zunga* também é uma forma de mostrar que a história do cinema, como discutido por Tissen (2019), vai além de uma análise ou apreciação do conteúdo dos filmes realizados, mas requer um estudo que permita compreender as condições materiais nas quais esses filmes são produzidos, distribuídos e consumidos. Ao considerar aspectos relacionados à circulação das obras, torna-se possível então observar que as práticas cinematográficas locais ultrapassam os limites temporais e espaciais da experiência espectatorial, mas configuram espaços de intercâmbio cultural que, integrados às dinâmicas da história social, apontam para tendências de consumo.

Morgana Gama (MG): Jorge, gostaria que você contasse um pouco de como surgiu a ideia de fazer o Cine Zunga

Jorge Cohen (JC): Bom, eu vou recuar um *bocadinho* [4]. A *Geração 80* foi uma produtora fundada em 2010 e, desde então, fomos produzindo curtas, documentários

e depois longas-metragens. E algumas das longas-metragens como o *Ar-condicionado* (2022), a *Nossa Senhora da Loja do Chinês* (2023) e agora, mais recentemente, o *Meu Semba* (2026), tiveram uma divulgação internacional muito interessante. Eu estou só a explicar um bocadinho a origem do problema. Uma das coisas que aconteceu quando começamos a viajar e a ir a festivais de cinema é de percebemos que cá, dentro em Angola, não estávamos a ver cinema. Então, como é que tu vais fazer cinema se não estivermos a ver cinema? E aí, percebíamos que tínhamos um grupo de uma ou duas pessoas que tinham tido essa experiência – ou porque viveram em outros países ou porque com o seu trabalho conseguiram aceder a isso – mas que não íamos conseguir fazer isto a larga escala e de forma sustentável se não víssemos cinema. Como é que tu vais fazer algo que não vês e não conheces? Como é que vais escrever um livro e não lês? Então, aí começou o primeiro projeto de divulgação e distribuição de cinema que era o *Cine Geração.*

Todas as quintas-feiras, desde 2020 – ou seja, estamos a entrar quase no quinto ano – nós mostrávamos um filme africano e aí começou logo a primeira curiosidade. Disseram: "por que estão a mostrar filmes africanos"? "Isto só vai durar duas semanas e depois acabam os filmes". Achavam que só havia quatro filmes e depois acabou. Estamos há cinco anos sempre a passar cinema africano e isso é o primeiro obstáculo. Depois é: ninguém quer ver. E percebemos que, afinal, as pessoas queriam ver e, às vezes, vinham por geografias automáticas que são mais próximas e depois aparece mais tarde um terceiro problema.

Mas antes deste problema – "por que filmes africanos?" – o problema é: como é que eu vou querer ser cineasta se os filmes que eu estou a ver são de 300 milhões de dólares? Parece um outro mundo. Parece inacessível, inimaginável, inalcançável, mas se eu, por exemplo, estiver a ver um *Felicité* (2017) – um filme lindíssimo, filmado em Kinshasa, aqui ao lado do Alain Gomis – eu consigo dizer: "Este é um filme que consigo fazer, que tenho recursos, que eu estou a ver a minha língua". Então, acabas por ter um bocado deste lugar de proximidade. Depois aparece um terceiro problema: "Ah, ok, mas isso são as pessoas que vão ao vosso escritório e que é um público específico, é um nicho". Isso também é verdade, mas é só metade desta história. Então, começamos a pensar: "Ok, como é que nós vamos fazer chegar isto de uma maneira maior, mais alargada?". Daí tu apercebes de que os cinemas convencionais – vou chamar os *multiplex's*, as cadeias de cinema – têm uma concessão e um teor comercial, ou seja, eles precisam apenas ter muita gente e vão trabalhar *blockbusters*, que já têm toda uma campanha de marketing feita para si. Depois, requerem muitas outras condições como concentração da audiência, densidade populacional e poder de compra. Não consegues ter isto numa grande extensão do país.

Angola tem entre 35 e 40 milhões de habitantes, mas tens esses cinemas apenas em quatro cidades: Luanda, Benguela, Huambo e Huíla. Dentro das cidades tens apenas [cinemas] nos centros das cidades. Como chegar à grande maioria da

população que não está aí? Se quisermos fazer isto a longo prazo, temos que criar audiências. Enquanto fazemos os filmes, temos que mostrar que os filmes são vistos. Porque depois é fácil dizer: "Não, ninguém vê, ninguém quer ver". Então, basicamente dissemos: "Não, as pessoas querem ver, só que não têm acesso e o problema não está nem nos cinemas, nem nos filmes, mas está no acesso aos filmes".

O cinema, a diversão, são lugares de proximidade. As nossas grandes cidades, Luanda, por exemplo, tem 10 milhões de habitantes, ou mais, e tem um grande problema: o problema de acessibilidade e mobilidade. Ou seja, o problema nem sempre está nos filmes ou nos cinemas, mas na proximidade e na comodidade. Senão deixa de ser entretenimento e passa a ser um desafio, uma missão ou qualquer coisa como tal. Então, pensamos um bocadinho inspirados nesta figura da *zungueira* (Figura 1). O que a *zungueira* faz? A *zungueira* não senta e espera que as pessoas venham ter com ela. Ela pega nas frutas, no peixe, nos objetos, mete numa bacia, põe na cabeça e vai ter com as pessoas. Durante muito tempo foi a solução e ainda o é, parcialmente. Tu conseguiste pegar nos produtos e que eles cheguem ao consumidor. *Zungar* é esse deambular pela cidade e vender. É uma venda ambulante, mas ativa. Então, por exemplo, se a pessoa muda, ela chega, vai para o quarteirão a seguir ou adapta-se.

Figura 1: A zungueira e seus filmes



Fonte: Captura do vídeo promocional Cine Zunga 2023 (2023)

MG: Aqui no Brasil há bastante disso também.

JC: Sim, durante muito tempo. Aqui, dizem que 70% da economia é informal, ou seja, tu tinhas muito pouca solução formal e essa era uma das principais maneiras de distribuir. Obviamente que em determinadas cidades isso muda com o desenvolvimento – Luanda agora tem cada vez mais estabelecimentos físicos e menos de zunga, assim como idealmente daqui a 5 anos ou 10 anos, tu tenhas muito menos *Cine Zunga* e mais cinemas de facto. Quando olhamos para a *zunga* não é o romantismo de: "Ai, que bonito, uma mulher com um filho nas costas e uma bacia

na cabeça", mas é, de facto isso é o que eu tenho que fazer para conseguir resolver uma necessidade de agora. Então, temos essa necessidade de ativar e de mostrar. Começar a dizer que existe isto e de testar, criar audiências. Testar como os filmes são recebidos por aí afora. Então, em 2024, dois anos atrás, começamos oficialmente o projeto e tínhamos como um objetivo muito claro: vamos atingir um milhão de pessoas a ver filmes angolanos e queremos fazer, pelo menos, uma exibição em cada um dos 326 municípios do país.

MG: Um objetivo ambicioso...

JC: Sim. Era assim mesmo ambicioso e uma das coisas que eu achei curiosa, depois vais falar comigo. Voltamos a falar daqui a três anos, ok? Em 2028, voltamos a falar.

MG: Ok, sim. Está bem, ainda está dentro do prazo, digamos assim...

JC: Está dentro do prazo. E quando começamos a fazer as exibições foi realmente revelador. Porque temos muitos desafios – fundamentalmente logísticos – mas tu crias um movimento positivo. Primeiro, as pessoas começam a ver, e sabem que existe, depois tu consegues levar algumas vezes os atores e eles veem os realizadores. Começam-se a tirar filmes que estavam na gaveta e percebes que um filme pode ser visto de várias formas: pelo lugar onde foi gravado, por ter alguém da comunidade que participou... Foi genial, vermos o [filme] *O Miradouro da Lua* (1992) no Miradouro da Lua; fazermos exibições em regiões mais periurbanas. Porque enquanto um cinema tradicional requer densidade populacional, poder de compra etc., eu consigo atingir um público tremendo, que é a maioria, e que não tem esse poder de compra.

Porque quando tu estás a falar do cinema tradicional, tu estás a competir com o *Netflix*, com a *Amazon Prime*, com a DSTV, com a *Zap* [5], com a telenovela... estás a competir com o mundo! Tu chegas, pegas no cinema e o pões num bairro, no Cazenga, ou num município mais recôndito, no Cacoaco no Kilamba... É o evento, às vezes, do mês, senão do ano, e tu tens também muita atenção das pessoas, desde o administrador até o transeunte, o cidadão. Basicamente, quando acabas o projeto, de certeza vais descobrir novos caminhos e isto pode se tornar outra coisa. Ou seja, durante os próximos cinco anos, estamos comprometidos com este caminho. É um projeto de acender, divulgar o cinema e de mostrar: "Bom, vocês têm aqui um público enorme que quer consumir filmes, *let's do it!.* Como é que nós vamos fazer isso?".

Eu acho que a conversa tem mudado muito desde que o *Cine Zunga* existe. Não estou a dizer que o *Cine Zunga* é responsável por tudo, mas acelera a conversa da reabilitação das salas [de cinema], acelera a conversa do teor do conteúdo que é produzido — porque de repente nós chegamos e olhamos para uma exibição e 70% tem menos de 16 anos e que é igual ao censo. Mas agora nós, cineastas, estamos a produzir conteúdo, a ter cuidado com a linguagem que estamos a fazer e para quem estamos

a fazer. Quando começas a *zungar*, tu podes vir com a tua ideia e dizer: "Não, ao final, as pessoas não querem uva, querem maçã; não querem maçã, querem manga; não querem manga, querem banana...". Então, é uma descoberta constante a cada *zunga* que fazes e é uma descoberta não só para quem distribui, mas também para quem consome, para a audiência. Afinal, existem esses produtos todos e tu vais começando a perceber e a adaptar a tua solução.

Só mais uma questão: as pessoas estão a pagar. Então, uma das coisas que tu vês primeiro é que é um projeto que acrescenta valor à comunidade, à administração, ou seja, à instituição da comunidade. Se estou a fazer uma exibição, por exemplo, para mil pessoas, são mil dólares – 1 milhão de *kwanzas*. É possível em algumas zonas, não é possível noutras. Testamos sessões pagas e não pagas. Para uma empresa 1 mil dólares não é tanto assim. Eu posso ter empresas que pagam 20, 30, 100 sessões, então é um modelo – como eu digo – de um YouTube. Tu vês publicidade no meio e permite que as empresas também ganhem. Então, temos este trio: instituições públicas, que te permitem um pouco de segurança; instituições privadas, que fazem publicidade e os *filmmakers*, porque a cada exibição que faço, pago os curtas e os longa-metragens – que é o equivalente a 100 mil *kwanzas* a cada curta e 100 mil *kwanzas* a cada longa.

Então, dentro disto é que nós estamos a criar uma cadeia positiva de visualização. Onde é que nós estamos neste momento que te falo? Já fomos a 9, das 21 províncias; já fomos a 50, dos 326 municípios, e já atingimos 120 mil pessoas diretas, pelo menos. Também há outras coisas boas que estamos a fazer. Estamos a pegar, esta mesma programação – porque licenciamos os filmes – e a divulgar em salas de cinema municipais, de bairro, comunitárias, e as que estão a ser reabilitadas. Então, o que eu vejo é que seja uma *zunga* que anda na rua, mas que também anda no mercado. É o cinema na tua banda, onde tu estás. É assim que nós estamos a explorar e a divulgar. Estamos a meio do caminho, nos falta uma longa caminhada, mas a parte positiva é que do ponto de vista de modelo, já está bem testado, agora falta consolidar e acelerar.

Figura 2: arte da equipe do Cine Zunga, em Luanda, no dia 24 de junho de 2025



Fonte: Cine Zunga (2025a)

MG: Achei fantástica a ideia da *zunga*, essa metáfora da pessoa que circula e sai em direção ao seu público para distribuir seus produtos. É uma comparação que me parece fazer muito sentido em relação a novas formas de pensar o público de cinema. Por outro lado, também fiquei pensando sobre como a programação das exibições é organizada. Por exemplo, teve um momento em que você disse que o contato com o público faz com que os próprios realizadores saibam a preferência das pessoas. Então, como se dá a curadoria dos filmes e a mobilização do público local a cada edição do *Cine Zunga?*

JC: Bom, depende do local onde tu estás. Uma organização na cidade é diferente de uma organização num local rural ou num local periurbano. Normalmente, tentamos que seja uma programação mais próxima possível e que seja sempre em conjunto com um patrocinador ou instituição. Só que na maior parte dos casos eles não sabem como escolher e confiam na nossa programação. Ainda não tivemos casos como "eu quero este filme". Não se conhece bem o cinema, então às vezes as pessoas sabem mais o que não querem do que aquilo que querem.

A nossa curadoria tem muito a ver com o local onde vamos e o tempo que temos: se eu vou ficar cinco dias num sítio, posso experimentar muito mais; se eu vou ficar um dia, quero que tenhas a melhor experiência possível. Então, se eu vou pôr um filme que é comédia, ação, divertido, eu vou tentar pôr-te um curta que é mais reflexivo ou que trata de um tema cultural. Nós tentamos sempre fazer um balanço das opções de curadoria e, depois, pensar sempre nisto: eu quero a experiência da pessoa. Tu vês o [filme] *Mirador da Lua*, no Mirador da Lua, depois tu estás a ver um filme de *surf* em Caboledo, onde tens uma comunidade de surfistas – que são documentários, se vê num festival de *surf* ou num festival qualquer, mas é diferente de quando tu vês ali. Tu vês todo o potencial que tens para a zona: chegar e ver um

filme feito no deserto no Namibe, que é o deserto mais antigo do mundo, e trazer a história da Rainha Njinga, ou mostrarmos um filme no Kwanza Norte, gravado lá.

Todas aquelas pessoas, administrações começam a ver que é possível, de que isto foi gravado aqui ao lado. Às vezes, é uma cena, é uma participação, mas na verdade são sementes que tu estás a lançar e não controlas quais árvores vão germinar daí, ou o que vais poder colher mais à frente. Quando nós desenhamos o projeto a nossa média eram de 300 pessoas, por sessão. A sessão que nós tivemos mais público foram 3 mil pessoas e nossa média são 750. Então, é sempre um grande aglomerado de pessoas, uma grande concentração de pessoas. Maior que muitas salas, inclusive.

Então, cada vez que começamos a ter sessões assim, começamos a puxar que existem poucos filmes familiares, filmes que deem para toda a família. Isso é um grande desafio porque a produção durante os últimos 20 anos foi produção independente e inconsequente – inconsequente do público, não no sentido, é verdade. Eu não vou chegar ao Cazenga com 3 mil pessoas que têm uma expectativa do que é cinema e pôr *Nossa Senhora da Loja do Chinês* – que é um filme que eu gosto, mas é lento, fragmentado. Um filme requer este diálogo da *zungueira*, entre vendedor e público. Existe uma coisa que também que a *zungueira* dá que se chama "*esquebra*" quando tu podes chegar e dizer: "Eu quero um cacho de bananas", "Custa mil *kwanzas*" ela diz e completa "Toma como *esquebra* um maracujá" e, às vezes, quando ela está a te dar essa *esquebra*, da próxima vez que tu compras vais querer maracujá. Com certeza vamos introduzindo coisas. É uma relação.

MG: Outra coisa que gostaria de entender melhor é como se dá relação com alguns agentes estratégicos, como tem sido a relação com eles?

JC: Depende da empresa, porque é um diálogo entre agentes que são estratégicos para a ação acontecer, mas que têm visões também muito diferentes. Depende do valor que tu acrescentas para cada um dos intervenientes. Para uma instituição pública, o que há no início é um receio: que tipo de conteúdo é que tu vais mostrar e quanto, porque tu não tens tanto domínio do cinema nacional e, às vezes, tens uma percepção que o cinema é "mau", é "violento". Então, do ponto de vista institucional tens alguma desconfiança natural, mas é por desconhecimento, mas o que é que tu acrescentas? Acrescentas um entretenimento, uma diversão e uma memória da comunidade. Então, depois das sessões nós temos, quase sempre, bons resultados.

MG: Você conhece outras iniciativas semelhantes a essa que vocês realizam?

JC: O cinema móvel não é novo de todo. Na verdade, não há uma iniciativa, há várias, há centenas, há dezenas de iniciativas em várias geografias só que, por exemplo, não há nenhum projeto em específico. É um bocado deste aprendizado todo que vamos escolhendo a tentar distribuir. A venda ambulante também não é nova, mas

o que a *zungueira* vende em cada área ou, se aquilo é útil num contexto ou noutro, isso é o que varia. Há contextos onde é mais necessário que outros, não é? Por exemplo, na Europa é uma coisa de primavera-verão. Eles têm um clima que não é agreste, já o nosso clima é benéfico quase todo o ano, quando chove é por imprevisibilidade.

Nós não temos ainda as infraestruturas construídas. Por exemplo, eu sou a favor de ter infraestruturas em todos os municípios, mas quanto é que te vai custar e quanto tempo te vai levar? Eu vou chegar a investir um milhão de dólares para fazer um cinema ou sei lá, 500 mil dólares para fazer uma sala, que vai estar pronta daqui a dois anos e que eu não sei se vai ter público, nem sei o que eu vou programar. Eu aqui estou a te dar uma solução bem mais simples, rápida, que te pode proporcionar ou acelerar outras ações mais definitivas depois.

Outra coisa que tentamos fugir é montar um cinema que não seja meramente de "doação" e, sim, que seja de construção de público e de sustentabilidade econômica para o projeto, vindo a ela do setor privado, do setor público ou do consumidor final, mas essa é uma lógica que nós não queremos abandonar e continuamos a procurar com múltiplas fontes. Então, é como criar esse lugar mais sustentável. Eu não posso chegar, enquanto *Geração 80*, e ser acusado de não ter, pelo menos, despertado ou mostrado a necessidade de reabilitar as salas, mostrar que o cinema está vivo, que tem público e que existe conteúdo válido. Eu quero que um angolano chegue aos 18 anos e tenha lido um livro um angolano e visto um filme angolano. Não é ao contrário: já me formei, com ideias do mundo, e depois vou saber o que é possível fazer. Tu tens uma exibição com mil, duas, três mil pessoas, tu sabes que dali podem sair um realizador, três técnicos, dois atores. Acho que é assim que se faz, porque há países que fazem música, há outros países que só ouvem música. Uma das nossas maiores valências é essa capacidade cultural, de expressão, e muito a ver com o fato de sermos lugares multiculturais e de termos riqueza humana, histórica. Isso é uma coisa que nós temos que motivar e capitalizar e continuar a desenvolver, a explorar.

O Brasil também é um país, é uma potência cultural, nem todos os países são assim, e eu acho que nós temos sido um pouco negligentes na maneira como abordamos isso e o que queremos fazer. Eu não vou com 50, 60 anos, continuar a *zungar*, ou não vou continuar a *zungar* da mesma forma, mas espero que não seja o destino de todas as *zungueiras*. Gostaria que depois pudessem ir para o mercado ou continuassem a *zungar*, enquanto lhes permitisse a força, mas que tivessem uma segurança social, um direito, mas acho que neste momento é importante continuarmos a desenvolver este projeto.

Há muitos outros projetos aqui, mas é tipo ONG's com a concepção de "vou te levar informação", "vou te educar". A grande vantagem do *Cine Zunga*, e um posicionamento, é que nós somos tudo isso: somos entretenimento, quero que as pessoas tenham um bom momento, mas que ao mesmo tempo tenhas uma informação institucional e cívica, educativa, como não deitar lixo no chão. Não faz mal a ninguém.

Não faz mal também termos uma publicidade de empresas – por acaso temos tido algum cuidado de não serem empresas, por exemplo de bebidas alcoólicas ou de *bet* de apostas. Há um universo grande e a ideia aqui é também sermos responsáveis e assumirmos esta responsabilidade.

MG: Quando olhamos as informações sobre o projeto *Cine Zunga*, ele se apresenta com um foco no cinema de Angola. Esse foco se mantém no processo de escolha dos filmes? Como funciona?

JC: Boa, essa é uma pergunta muito *fixe* [legal], porque também não sendo fundamentalista, não precisa de ser só cinema angolano, mas eu quero que seja um *cinema de proximidade*. Qual é o espaço que o *Cine Zunga* ocupa? O *Cine Zunga* não ocupa o espaço do filme de Hollywood, do *Spider-Man*. Isso existe, e espero que continue a existir, mas vai entrar para ti na televisão, vai entrar pra ti de muitas outras formas.

O que o *Cine Zunga* está a fazer é garantir-te mais uma janela para um conteúdo que normalmente não tens acesso. É a mesma coisa de vivermos num país africano, somos africanos, e não temos possibilidade de ver um filme do Congo nunca. Por quê? Porque os nossos próprios canais de televisão não passam. Eu quero contribuir. Eu não vou competir com um filme de 300 milhões de dólares de *budget* só em promoção. Não faz sentido. Eu quero muito começar por um lugar de *cinema de proximidade* e de sentido. Claro, que eles chegam para nós da Alemanha ou dos Estados Unidos, ou mesmo do Brasil – que do ponto de vista industrial tem uma cinematografia muito mais evoluída e que estão muito mais preparados para avançar com esta conversa – entretanto, esta proximidade não significa que seja uma proximidade de nacionalidade. Às vezes, pode ser uma proximidade temática, linguística, pode ser uma proximidade do que for. Não adianta também pôr um filme em inglês ou em inglês com legendas e as pessoas não saberem ler as legendas. Por exemplo, quando estou a mostrar um filme do Gana, ou um filme do Brasil, passado numa favela e a realidade ali mostrada é a de um bairro que tem as mesmas condições e características, é muito inspirador, é muito próximo. Estou a falar aqui do conceito de curadoria, uma curadoria de proximidade.

MG: Já foi exibido algum filme do Brasil?

JC: Ainda não. Já exibimos um filme do Gana, correu muito bem, mas vai ser uma próxima fase. O maior desafio ainda é operacional, por exemplo, como é que se chegar ao Muxi [município ao sul de Angola], como se vai chegar ao leste... Temos esse desafio operacional, à medida que tu vais, tens que mostrar coisas novas e diferentes. Depois, também havia uma proximidade de direitos [de exibição] e uma coisa que nos interessaria também é que gerássemos valor para as pessoas que estão a produzir a nível local.

MG: Com relação ao lugar onde acontece a exibição, existe alguma parceria da equipe do *Cine Zunga* com um grupo local?

JC: Também, sempre o mais local possível. No ano passado, fomos ao Huambo, ao Benguela, ao Namibe, em Kwanza Norte, e normalmente a cada província temos sempre uma produtora local. Encontras produtoras locais – às vezes tu não conheces – e quando começas a ver, há uma coisa muito interessante deste formato *Cine Zunga* que é, quando a tela começa a subir, as pessoas começam a chegar, e tu sabes que tens um cineasta na região, podes ligar para ele e dizer "olha está a acontecer qualquer coisa na tua área", então é muito orgânico. Acho que é um "cimento-cola" muito interessante. É como se tu pusesses ali uma massa entre tijolos para solidificar tudo isso, porque eu também muitas vezes não vi outros filmes angolanos. Então, é o início de um diálogo. Algumas correm melhor que outras, mas puxamos sempre o pessoal local.

MG: Diante de tudo o que o *Cine Zunga* já realizou, o que a *Geração 80* espera alcançar depois que este ciclo de ações previstas acontecerem?

JC: Eu posso te responder – porque é o plano – é que o *Cine Zunga* é e está a se transformar numa distribuidora. Só que é uma distribuidora que distribui em formatos diversos e um conteúdo que não tem tido a atenção devida. Então, é uma distribuidora que pode distribuir em cinema móvel, em salas culturais ou num aplicativo, mas que te vai distribuir sempre um conteúdo local ou mais próximo à tua realidade. É isto que nós queremos, que nós pensamos e nos posicionamos desde o início. Já peguei filmes do *Cine Zunga* que puseram na TAP, que é a companhia aérea, vimos filmes que estavam nas gavetas e que, hoje — porque começas a mostrar que tem público — tens emissoras de televisão que estão a reativar o seu programa de cinema nacional semanal.

Começamos a fazer as primeiras exibições do *Cine Zunga* também em salas culturais e é também muito interessante, porque podes explorar outras janelas. Então, é uma distribuidora de cinema que tem como objetivo levar cinema ao maior número de pessoas em diferentes formatos, não olhar somente para o conteúdo, mas para as condições reais de exibição. Não é chegar e dizer assim: "Ah não, isto é informal, isto não tem valor, isto não tem público...", é, ao contrário, "nós vamos encontrar o público e vamos também encontrar o que o público quer". Então, isso que é o *Cine Zunga* hoje, mas que ainda está a se consolidar.

Notas

[1] Uma demonstração de como o projeto tem servido como inspiração para se planejar difusão em outros contextos pode ser observado por meio da iniciativa conjunta entre o Cine Zunga (Angola) e o MiradaMundi SP (Brasil) que, em junho de 2026, abriu uma chamada para que

agentes culturais do Brasil tivessem a oportunidade de realizar uma formação em Angola. A chamada contou com a parceria da APAN – Associação de Profissionais do Audiovisual Negro, através do apoio PNAB – Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura, realizada por meio do Governo Federal e Ministério da Cultural, em parceria com a Secretaria Municipal de Cultural e Economia Criativa, da cidade de São Paulo, e da Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo – SpCine.

[2] A definição de "zunga" é apresentada na descrição do vídeo promocional do projeto (Cine Zunga 2023) e também em outras fontes como o artigo Comércio informal, identidade e direito: o caso das zungueiras de Luanda (Luz; André, 2021).

[3] O valor do ingresso em uma das principais redes de cinema em Angola (ZAP Cinemas), varia entre 2.200 a 5.500 Kzs. Disponível em: https://www.zap.co.ao/zap-cinemas/precario. Acesso em: 04 set. 2026.

[4] Algumas das expressões do português angolano foram mantidas na transcrição como forma de demonstrar a própria diversidade do português falado entre os países do CPLP (Comunidade de Países de Língua Portuguesa).

[5] Em referência à Zap Cinemas, rede de salas de cinemas comerciais atuante em Angola, sobretudo, em Luanda.

Artigo submetido em 27/06/2026 e aceito em 24/09/2026.

Referências

AR CONDICIONADO. Direção: Fradique. Produção: Jorge Cohen. Angola: Geração 80, 2022. Digital (72 min.).

CINE ZUNGA. Levamos o cinema para mais perto de cada Angolano... [Post]. Luanda, 24 de junho de 2025a. **Facebook**: cinezunga. Disponível em: https://tinyurl.com/5n9b6m3e. Acesso em: 20 jun. 2026.

CINE ZUNGA. Zungando na zunga [Post]. Luanda, 08 de agosto de 2025b. **Facebook**: cinezunga. Disponível em: https://tinyurl.com/yheza8v3. Acesso em: 20 jun. 2026.

CINE ZUNGA 2023. Publicado pelo canal Cine Zunga no YouTube. [S. l.], 01 de agosto de 2023. 1 min. Disponível em: https://tinyurl.com/yypcuabs. Acesso em: 19 jun. 2026

CINE ZUNGA. Site. [S. l.], c2025. Disponível em: https://geracao-80.com/cinezunga. Acesso em: 20 jun. 2026.

FELICITÉ. Direção: Alain Gomis. Produção: Arnaud Dommerc e outros. França/Senegal: Andolfi, Granit Films, Cinekap, 2017. Digital (129 min.).

FERNANDES, W.; HURST, M. **Angola cinemas**: uma ficção da liberdade. Steidl: Goethe-Institut, 2015.

LUZ, V. S.; ANDRÉ, Á. B. V. Comércio informal, identidade e direito: o caso das zungueiras de Luanda. **V!RUS**, n. 23, v. 1, 2021. Disponível em: https://revistas.usp.br/virus/pt_BR/article/view/229096. Acesso em: 04 set. 2026.

MEU SEMBA. Direção: Hugo Salvaterra. Produção: Jorge Cohen. Angola: Geração 80, 2026. Digital (93 min.).

NASCIMENTO, W. S.; FLORES, M. S. M. Luanda e suas segregações: uma análise a partir das salas de cinema (1940–1960). **Mulemba**, v. 9, n. 17, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.35520/mulemba.2017.v9n17a14598. Acesso em: 19 jun. 2026.

NOSSA SENHORA DA LOJA DO CHINÊS. Direção: Ery Claver. Produção: Jorge Cohen. Angola: Geração 80, 2023. Digital (98 min.).

O MIRADOURO DA LUA. Direção: Jorge António. Produção: Antonio Farraia. Angola: Instituto Angolano de Cinema e outros, 1992. 1 DVD (85 min).

PRODUTORA Geração 80 transforma exibição de filmes angolanos em missão nacional. **Jornal de Angola**. 27 dez. 2025. Disponível em: https://tinyurl.com/5a9xwzft. Acesso em: 19 jun. 2026.

THISSEN, J. Cinema history as social history: retrospect and prospect. *In*: BILTEREYST, D.; MALTBY, R.; MEERS, P. (Ed.). **The Routledge companion to New Cinema History**. Londres: Routledge, 2019, p. 123-133.