

DA HEGEMONIA TELEVISIVA À EROÇÃO DE VALORES DA CULTURA LOCAL: UM ESTUDO SOBRE O CONTEXTO MOÇAMBICANO

FROM TELEVISION HEGEMONY TO THE EROSION OF LOCAL CULTURAL VALUES: A STUDY OF THE MOZAMBICAN CONTEXT

Sérgio Jeremias Langa¹
circlemz2@yahoo.com.

RESUMO

O artigo estuda as grelhas de programação da Televisão em Moçambique para compreender o valor educativo dos seus conteúdos a partir do reconhecimento da força educativa que a televisão possui na vida dos sujeitos. A pesquisa se estende ao campo da mediação educativa, por forma a entender o panorama histórico-político, sobretudo antes e após a independência nacional. O debate ampara-se no pensamento gramsciano segundo o qual, a televisão é uma das mais importantes instituições da sociedade civil que tem a função de educar para o consenso dos grupos sociais fundamentais. Para a análise adota-se o Método da Dialética Epistemológica e o Método da Análise de Conteúdo. Os resultados revelam que a grelha televisiva nacional contém maioritariamente programas que não são úteis à manutenção de uma memória cultural que se alicerça na ancestralidade, muito menos para os valores culturais locais.

Palavras-chave: Televisão; educação; hegemonia; valores culturais.

¹ Doutor em Políticas de Educação pela Universidade Eduardo Mondlane; Mestre em Jornalismo e Estudos Editoriais pela Universidade Pedagógica de Maputo – Moçambique; Bacharel e Licenciado em Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário; Graduado em Design Publicitário; Professor e Director de Curso (PM) na Escola Superior de Jornalismo em Maputo – Moçambique

ABSTRACT

This article examines the program schedules of Mozambican television to comprehend the educational value of its content, acknowledging the influential role television plays in people's lives. The research delves into the realm of educational mediation to comprehend the historical-political landscape, particularly before and after the National Independence. The discourse is grounded in Gramscian thinking, positing that television is a crucial institution within civil society with the responsibility of fostering consensus among fundamental social groups. The Epistemological Dialectic Method and the Content Analysis Method were employed for analysis. The findings reveal that the national television grid predominantly features programs that do not contribute to preserving a cultural memory rooted in ancestry, much less to upholding local cultural values.

Key words: television; education; hegemony; cultural values.

1 INTRODUÇÃO

As inquietações inerentes à força educativa da televisão são tão recentes tanto quanto a sua gênese na primeira metade do século XX. Quando adotamos que a televisão, maior signo revolucionário mediático audiovisual, resulta da manifestação do iluminismo, e do modernismo, consentimos que a discussão sobre este tipo de media seja, de facto, relativamente recente tanto quanto a sua invenção e popularização.

Em Moçambique, a concepção da educação (formal) colonial portuguesa imposta aos nativos, para além de desfasar-se dos valores culturais e sociais do seu quotidiano, não visava emancipar os povos colonizados senão aliená-los ideologicamente em termos axiológicos, e torná-los perenemente subordinados e somente úteis ao interesse dos portugueses no que concerne ao trabalho por via da exploração colonial capitalista burguesa (Mondlane, 1975; Ngoenha, 2000; Taimo, 2010). As crianças nativas africanas, em particular moçambicanas, viram-se prejudicadas por lhes ter sido impingido um ensino por via de uma língua alheia e estranha ao seu meio – tendo tal ensino sido em benefício das crianças portuguesas que identificavam em tal língua todo o conforto (Ngoenha, 2000).

Para além de a Educação colonial portuguesa decretar uma suspensão dos valores culturais e sociais dos nativos moçambicanos, tinha por objectivo alienar tais povos colonizados sob ponto de vista ideológico e axiológico. Tencionava mantê-los subalternizados de forma contínua, salvaguardando a sua utilidade a fins de interesse dos portugueses, como são os casos de actividade laborais que ocorriam com base na exploração capitalista burguesa. O sistema de ensino formal, que se centrava na língua portuguesa (estranha aos moçambicanos) prejudicou as crianças nativas e beneficiou as crianças portuguesas que já estavam familiarizadas com tal língua (Idem, 2000).

Apesar de os missionários protestantes emitirem duras críticas aos católicos, tendo a sua compostura colocado as missões católicas em decadência, o seu cristianismo muito ocidentalizado, apresentado aos africanos, também se mostrou nocivo na medida em que caminhava rumo à erradicação da cultura local (Ngoenha, 2000).

Houve colisão entre o estatuto de cristianismo ocidentalizado e a ecologia de saberes moçambicano. O significado e valor social da Educação missionária não é

emancipatório, na medida em que oferecia valores que colidem com os valores dos nativos “evangelizados”. O cristianismo ocidentalizado dos missionários proposto como evangelização a Moçambique, tinha por finalidade nociva erradicar a cultura local – na medida em que o documento (Bíblia) usado para ministrar tais valores “sagrados” colidiam com a ecologia de saberes moçambicanos.

Embora tenha havido a desvalorização da cultura moçambicana pela administração colonial portuguesa, através do seu sistema educativo que excluía as questões axiológicas dos nativos em Moçambique (Mondlane, 1975; Ngoenha, 2000; Taimo, 2010), houve, no pós-Independência, na primeira metade da década de 1980, a preocupação em o sector da Educação inserir os valores culturais locais nos seus conteúdos programáticos. Por essa via, sem descurarmos todas as aporias que identificámos e referimos, pretendia-se desenvolver uma Educação que materializasse o projecto de formação da identidade nacional, ou seja, a ideia da formação do “Homem Novo” (Mazula, 1995).

No pós-independência, especificamente na primeira metade da década 80, o sector da Educação preocupou-se com a inserção de valores culturais locais nos seus programas educativos formais. Preocupou-se igualmente em edificar uma agenda e pensamento colectivo através da formação do “Homem Novo”, com forte carga identitária nacional (Mazula, 1995; Taimo, 2010).

A migração do socialismo ao neoliberalismo pela FRELIMO afastou as hipóteses de se erguer o Homem Novo porque Moçambique trocou o conceito de estado, de modo a entrar em harmonia com as instituições de Bretton Woods (Taimo, 2010) que cederam o financiamento na sequência da crise económica que se abateu sobre os países socialistas e Moçambique em particular, para um outro onde já não cabiam os pressupostos do Homem Novo. Abriu-se a uma era pluralista, possibilitando que a Televisão viesse prosperar. A partir desta fase, não mais houve clareza e preocupação em conceber uma agenda colectiva centrada na edificação do perfil de um cidadão cujos valores fossem peculiarmente Moçambicanos, como ocorre em outros quadrantes bem estruturados no mundo.

O nosso entendimento sobre cultura não é tão distante ao da televisão, embora o termo tenha emergido um século (XIX) antes da génese televisiva. Há, do conjunto de

centenas de autores, escassos consensos no conceito de cultura, contudo consideramos alguns que se anteciparam e outros que vieram a posterior, tendo todos estes merecido atenção pela pertinência das suas abordagens, as quais têm informações de extrema utilidade para a principal discussão.

Relativamente à função educativa da televisão, nas instituições da Sociedade Civil, a nossa referência é António Gramsci, para compreendermos o que são os aparelhos privados de hegemonia, quem são os intelectuais da Televisão e como isso se relaciona com a questão da hegemonia cultural. Incluímos Noam Chomsky (2015) para estabelecermos um paralelismo entre a sua teoria de manipulação mediática, com a exploração da técnica da distração, e o modelo centro-periferia em termos de produção de conteúdos de televisão.

Maxwell McCombs (1996) traz lentes interpretativas sobre o lugar do Agenda Setting na Televisão. Com António Gramsci (1992) discutiremos a hegemonia cultural no contexto da televisão. Claude Lévi-Strauss em Cabral (2019) oferece aportes para a compreensão da noção de cultura sem reducionismo. Cheick Anta-Diop (1991) foi chamado pela sua visão transcendental com acentuado respeito e honestidade pela História e pela ecologia de saberes quando se tem que pensar cultura – foi importante tê-lo no debate para explorar o seu pensamento sobre as narrativas que branqueiam a História de África no entendimento sobre cultura.

Gramsci (1992) deu-nos a entender a lógica que orienta a cultura global através do objecto de estudo, a Televisão. Na presente abordagem, Stuart Hall (2008) trouxe uma luz à compreensão das questões hegemónicas culturais. Severino Ngoenha (2000) entra para questionar a cultura moçambicana a partir dos referenciais ocidentais trazidos pelo catecismo religioso oferecido pelos sacerdotes ocidentais. Nesta discussão interessa-nos compreender qual é o significado e sentido da televisão e da cultura, tomando por base a lógica da televisão enquanto um aparelho de mediação educativa não-formal?

1.1 Valores culturais e o sentido hegemônico da função educativa da televisão

Se tomarmos por racional a crítica de Lévi-Strauss ao evolucionismo que ocorre porque o ocidente vê a si mesmo como finalidade do desenvolvimento humano, sendo a partir desse pressuposto que se gera o etnocentrismo que consiste em ver e analisar as outras culturas a partir das suas próprias categorias, é aceitável que a abordagem sobre Valores respeite este postulado. Seria igualmente aceitável que discutir valores implica valorar enunciações de Cheick Diop, segundo as quais a cultura é um baluarte que protege um povo; de Stuart Hall, no argumento de que a identidade cultural não é apenas uma questão de ser, mas de tornar-se, pertencer tanto ao futuro quanto ao passado – pois as identidades passam por constantes transformações, transcendendo o tempo e o espaço; de Severino Ngoenha sobre as aporias entre o estatuto usado pelos missionários ocidentais para evangelizar um nativo Moçambicano sem que se ponham em causas os seus referenciais axiológicos culturais.

Nesse prisma, para evitarmos confusão sobre a polissemia compreendida pelo termo Valores, adotámos o seguinte entendimento: “Valores Culturais” não se referem a algo com que os humanos nascem. Referem-se a o que é aprendido e desenvolvido na interacção entre humanos e outros seres. Os Valores Culturais são produto da história de uma ou mais pessoas, particularmente da primeira infância e adolescência. Para além de serem mantidos por um grupo de pessoas, os Valores Culturais são percebidos pelos mais esclarecidos como aqueles que têm um carácter duradouro ou permanente, pois são ensinados e aprendidos (Memória Cultural) como absolutos e com pouca referência a outros valores possivelmente concorrentes.

Tomamos por base que dirigir cultural e ideologicamente uma sociedade constitui o fundamento para manter a supremacia da classe dominante, ressaltando a importância dos meios de comunicação enquanto aparelhos privados de hegemonia, que determinadamente mantêm a coesão de blocos sociais. Por isso, como observa Rummert (1986), os media podem ser considerados um intelectual colectivo e vital à materialização do objectivo das classes dominantes. É com base nessas considerações que podemos compreender a lógica da Televisão.

Na discussão acima, relativamente à questão da Educação percebemos que, para Gramsci (1971), dois tipos de mecanismos de controlo operam dentro do Estado: os mecanismos do próprio Estado e os mecanismos da Sociedade Civil, através da hegemonia que compõe as instituições sociais e culturais). Entendemos, no entanto, que o conceito de hegemonia está saliente nos media, particularmente na televisão por causa de seu foco na cultura e na ideologia.

Na busca pela compreensão do lugar da televisão nas instituições da Sociedade Civil, faz algum sentido absorvermos a ideia de a televisão portar uma força superior à dos seus mentores, na medida em que se mostra capaz de firmar nas classes subalternas a ideologia da classe hegemónica sem, no entanto, mostrar sinais de imposição e coerção. A televisão se reveste de uma força superior à dos seus comandantes (os grandes centros mediáticos) pela sua capacidade de instituir, nas classes subordinadas, a visão ideológica dominante, transparecendo a pseudo ideia da imparcialidade, cuja imposição está oculta. Fica patente o lugar que a televisão ocupa nas instituições da Sociedade Civil. A televisão afigura-se um instrumento de mediação na sociedade moderna visando disseminar, significativamente, a ideologia arbitrária, em benefício de uma classe e em prejuízo da outra. Através da televisão, a classe hegemónica busca legitimar pseudo ideias sobre o bom senso – este que Coben (1998) toma por conjunto incoerente de suposições e crenças gerais comuns a qualquer sociedade e época. Através da televisão, a classe hegemónica busca igualmente legitimar o senso comum. É com base na legitimação do senso comum que se disseminam e firmam filosofias dominantes que encobrem a imposição e a coerção e tornam a classe consumidora (subordinada) cada vez alienada com escassas possibilidades ao cultivo da intelectualidade e à liberdade racional.

A opinião pública é condicionada pelos conteúdos disseminados pelos Media, no caso particular a televisão, que exercem forte interferência no processo de formação opinativa do público. É óbvia a importância que a formação da opinião pública tem para a manutenção da hegemonia da classe dominante. É igualmente óbvio que a política cultural, enquanto instrumento que materializa a hegemonia, seja concebida pela classe hegemónica - daí a explicação sobre estes serem proprietários da indústria mediática que detém o controlo sobre a produção de conteúdos audiovisuais que alimentam a televisão nos quadrantes do universo.

Toda a forma de actuação da televisão materializa uma função educativa, boa ou má, através de várias estratégias e, sobre isso, Rummert (1986) cita o controlo sobre a divulgação de informações e sobre os valores difundidos na sociedade; a mobilização da sociedade em torno dos objectivos da classe dominante; a legitimação do sistema social e político; a abordagem da estrutura capitalista como algo natural e imutável; a substituição dos valores culturais qualitativos pelos valores quantitativos que atendem a sempre crescente necessidade de consumo; a reorganização das diferentes modalidades de produção cultural, dos vários segmentos sociais, num conteúdo único e homogeneizado – a cultura de massa; a construção da ilusão social de que todos podem conquistar, por seus próprios méritos, o direito de usufruir igualmente dos bens produzidos na sociedade capitalista.

Essas estratégias, através das quais se materializa a função educativa, parecem estar em consonância com as estratégias de manipulação mediática à luz de Noam Chomsky, usadas para criar um senso comum, acrítico em relação às origens dos problemas sociais, e fazer a população agir conforme os interesses de uma classe hegemónica através da técnica do dilúvio. Na sua concepção sobre as 10 estratégias de manipulação mediática, Chomsky refere-se a um mundo mergulhado numa conjuntura de pura distração.

Neste prisma, este sentido de cultura que se oferece através da janela mediática televisiva entra em colisão com o sentido de cultura já anunciado por Gramsci, o qual se refere a algo capaz de levar o indivíduo ao desenvolvimento, como também defende Sen (2010), e não à alienação que condena as classes desfavorecidas, periféricas, e menos instruídas intelectualmente, à subordinação permanente. Para que esta subordinação dure, ou seja permanente, a classe hegemónica seduz a subalterna a desviar o plano de luta a favor dos seus direitos a representações emocionantes, em ficção, de modo a que os subalternos vejam os seus anseios, que não podem viver no mundo real, concretizados ao nível da ficção.

2 A TELEVISÃO E A EDUCAÇÃO PARA VALORES DA CULTURA LOCAL: UMA ABORDAGEM A PARTIR DA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS DE TELEVISIVOS DO CENTRO PARA A PERIFERIA

A televisão opera como aparelho hegemônico que propaga valores ideológicos, através dos intelectuais orgânicos que se afiguram principais rostos com a função de edificar o “senso comum”. Cada extracto social tem o seu próprio “senso comum” e o seu próprio “bom-senso”, que são, basicamente, as concepções mais difundidas da vida e do Homem pela Televisão. O senso comum é um mecanismo que reconstrói a ideologia e a cultura dominantes – o pensamento individual, quando diferente, muda e entra em conformidade com a posição social e cultural das massas sobre qual recai tal ideologia hegemônica, criando o folclore do futuro. Nesta perspectiva, a Televisão global materializa a globalização no sentido apenas romântico.

A televisão global tem o poder de definir a agenda para o pensamento e a discussão pública em que o seu conteúdo se torna, num grau considerável, a agenda do público mundial (Stevens, 2003; McCombs, 2013). São esses conteúdos e dinâmicas de programação pré-determinadas, e produzidos a partir dos grandes centros mediáticos para os centros periféricos, que tornam a hegemonia da Televisão global uma área interessante de estudo na África pós-colonial.

Salienta-se que a indústria mediática não manipula o seu “oprimido” de forma física, mas antes o faz através de métodos cognitivos e psicopolítica de Byung-Chul Han (2020), que atingem o seu alvo de forma natural e falsificada. Assim, este *rebanho desorientado* deve ficar sentado sozinho em frente ao televisor absorvendo a mensagem segundo a qual o único valor importante na vida é possuir mais bens de consumo ou viver como aquela família de classe média/alta que estão a ver, e cultivar valores apropriados, como harmonia e americanismo.

Ao pensar sobre os media dominantes, é importante considerar não apenas a sua dimensão e raio de alcance internacional, mas também a sua influência cultural, económica e política, uma vez que, geralmente, atendem aos interesses da classe dominante, os quais estão em harmonia com os objectivos das instituições financeiras internacionais. Assim, os media dominantes continuam a promover uma forma de definir

os limites do debate político e do reforço do extremismo económico do neoliberalismo (Muswede & Lubinga, 2018), contra os ventos de mudança na África pós-colonial. A sua ordem está intimamente ligada a uma rede subtil e invisível da elite política, ideológica e económica de base central que usa a indústria da comunicação para perpetuar necessidades, gostos, valores e atitudes particulares de modo a aumentar os lucros.

Os media são, em grande medida, movidos por tendências de expansão que determinam a sua estrutura corporativa e comportamental para servir os interesses dos seus financiadores baseados nos grandes centros economicamente robustos. Ligados aos interesses dos anunciantes, os media globais apoiam as políticas económicas neoliberais que atendem à comunidade empresarial e aos interesses gerais das empresas transnacionais, ao mesmo tempo que minam as realidades sociais e democráticas.

2.1 O contexto televisivo moçambicano e a hipertrofia identitária

Com a entrada em vigor da Lei de Imprensa em Moçambique, em 1991, que previa a possibilidade de emergência de órgãos de media privados e independentes, o país assistiu a um “boom” de empresas de comunicação, entre jornais, rádios e televisões.

Com o processo universal de migração do sistema analógico para o digital, Moçambique não ficou alheio, pelo que se abriu à mudança, embora de forma relativamente morosa comparativamente a outros quadrantes. É no contexto da migração do sistema analógico para o digital, face à obrigatoriedade das novas emissoras nascerem no novo sistema, que emergiram e continuam a emergir mais emissoras televisivas, como são os casos da Media Mais, Strong Live, Mega TV, entre outros.

No censo populacional de 2017, as estatísticas do Instituto Nacional de Estatística (INE) indicam que metade da população, no universo de 30,832,244 habitantes, comunica corrente e fluidamente em português nas mais variadas situações comunicativas. Desta percentagem de quase 50%, estão os que usam a língua portuguesa como principal (L1) e secundária (L2). Cerca de 35% da população declara a língua *emakhua* como seu idioma nativo (L1), e 20% da população (aproximadamente 6 milhões) usa a língua portuguesa como principal (L1), sendo 5,2% no contexto rural. As línguas bantu, que fazem parte do mosaico linguístico do país, igualmente faladas por grupos majoritários,

hierarquicamente ordenadas, são as línguas: *xichangana*, *elomwe*, *cinyanja*, *cisena*, *echuwabo*, *cindau* e *xitwa*.

Considerando que o país estatui, na Constituição da República, que o português é a língua oficial do território, mas que assinala, no mesmo Diploma, a valorização das línguas moçambicanas como património cultural e educacional, a Televisão de Moçambique (TVM) iniciou a emissão de noticiários em língua nativa, como forma de alargar a informação aos telespectadores que não falam português.

Como a televisão é uma das principais fontes de informação contemporânea, e a grelha da programação da Televisão comercial em Moçambique é constituída por programas transmitidos na língua oficial, e as línguas nativas continuam a ser os principais meios de comunicação dos moçambicanos (Joanguete, 2016), contrariamente à língua oficial portuguesa, falada por uma pequena parcela da população e essencialmente urbana, é racional deprendermos que a maior parte da população moçambicana que não fala a língua portuguesa é excluída na comunicação televisiva, embora seduzida por programas que não agregam Valores uteis como referiu Noam Chomsky (2015) ao abordar sobre a técnica do *dilúvio* ou da *distração mediática* que se constata no modelo centro-periferia em termos de produção de conteúdos de televisão.

Se, por um lado, ocorre a exclusão dos telespectadores moçambicanos por via da língua de difusão de conteúdos, facto que “agride” o artigo 10 da Constituição da República que oficializa a língua portuguesa como a principal e/ou nacional em Moçambique, por outro lado a ausência das línguas locais nos conteúdos de televisão ameaça o património cultural e enfraquece o sector televisivo moçambicano sob o ponto de vista axiológico na difusão de conteúdos.

A par da exclusão linguística na televisão está a exclusão dos telespectadores com limitações auditivas. Com a excepção da TVM e da RTP, as emissoras de televisão em Moçambique não usam as línguas de sinais. Cientes de que a Lei de Imprensa não estabelece um comando imperativo para as televisões privadas fazerem o uso das línguas nacionais e de sinais para atender às necessidades especiais, a exclusão aguça a inquietação sobre o lugar dos valores culturais locais na grelha da televisão em Moçambique, sobretudo por assumirmos que a língua pode constituir-se maior vector de disseminação axiológica. Neste ponto convém recuperarmos Gramsci (1992) que nos

levou à compreensão do sentido que orienta a cultura global através da Televisão. Antonio Gramsci (1992), tanto quanto Stuart Hall (2008) e Severino Ngoenha (2000), deixam transparecer que a hegemonia também se firma por via da língua.

Referindo-se à importância e valor que devem ser dados à pluralidade étnica da população, no contexto dos conteúdos emitido pela televisão, Muatiacale (2007, p. 32) postula que “a moçambicanidade terá de ser o resultado de uma aquisição sociocultural. Nessa ordem de ideia vale questionar sobre as identidades que a televisão pública e privada moçambicana propõem à audiência e sobre os processos de sua construção”. Não existe uma cadeia de valor estruturada no sentido de não tornar os telespectadores moçambicanos dependentes dos produtos televisivos externos como são os casos de música, novelas, filmes, material científico ou de auto-ajuda.

É na cobertura legal da Lei de Imprensa que os media têm a prerrogativa de criar as suas normas internas e específicas, ou seja, cada emissora deve ter o seu estatuto editorial, visando definir a sua orientação e objectivos. Isso pressupõe que, tecnicamente, a grelha de programação de cada emissora televisiva não deve colidir com o seu estatuto editorial. A tabela que se segue apresenta a origem e percentagem dos conteúdos emitidos pela grelha das três televisões em estudo, sem descurar a sua classificação, a qual compreende os Conteúdos Locais, Enlatados e Pseudo-Locais ou Enlatados Disfarçados.

Tabela 1: Originalidade dos conteúdos e a suas percentagens

CONTEÚDOS	MIRAMAR TV	STV	TVM
Locais			
Enlatados			
Pseudo-Locais ou Enlatados Disfarçados			

Fonte: Elaborado pelo autor com base na grelha de programação das televisões, 2023

Legenda:

	Muito alta percentagem	70% em diante
	Alta percentagem	Entre 50% a 70%
	Média percentagem	Entre 30% a 40%
	Baixa percentagem	Entre 20% a 30%
	Muito baixa percentagem	A baixo de 20%

A lógica do funcionamento do campo mediático em Moçambique, para Miguel (2020) compreende quatro estratégias: (i) posicionamento no mercado através de projectos sociais; (ii) sensacionalismo; (iii) *merchandise* social - os *media* apresentam-se como solucionadores de problemas sociais; e (iv) Jornalismo de chapa-branca que se centra na cobertura das actividades governamentais, muitas vezes de forma crítica, como materialização do controlo das acções do governo do dia (assemelha-se ao *watchdog*). Os *media* digitais também se configuram esferas contra-hegemónicas, com um potencial para enfrentar, diga-se, o poder económico ou político. Afinal, os *media* digitais têm a potencialidade de criação e divulgação de conteúdos capazes de impor uma pauta, ou até agenda à esfera pública; contudo, para João Miguel, a multiplicidade de órgãos não dita a existência do pluralismo de ideias.

As três televisões em estudo, MIRAMAR TV, STV e TVM, o seu funcionamento também atravessa as quatro estratégias supracitadas; porém, cada emissora tem as suas particularidades, conforme postula a tabela a seguir.

Tabela 2: Estratégias de Funcionamento das três emissoras

Órgãos	Projectos Sociais	Sensacionalismo	<i>Merchandise</i> Social	Jornalismo de Chapa-branca
MIRAMAR TV				
STV				
TVM				

Fonte: Elaborado pelo autor com base na grelha de programação das televisões e na abordagem de Miguel (2020).

Constata-se na tabela anterior que a Miramar TV; STV e TVM têm factores próprios que condicionam o agendamento dos conteúdos nas suas grelhas.

Embora a Miramar TV tenha sido fundada em Moçambique, os seus conteúdos são definidos em função do comando central da Record TV no Brasil. Em analogia, e não só, a Record TV é a base estrutural dos conteúdos difundidos pela grelha da Televisão Miramar (Miramar TV). Actualmente, a Miramar TV tem centrado, à semelhança da Record TV, o seu *Agenda Setting* na estratégia de (i) sensacionalismo e (ii) *merchandise* social. O entretenimento e a informação são as categorias programáticas que materializam o sensacionalismo e o *merchandise* social da Miramar TV.

Como era de esperar, a TVM viu-se tacitamente forçada a reformular a sua política editorial e a reestruturar a grelha de programas para fazer face à dinâmica de um mercado que já estava paulatinamente a receber ofertas audiovisuais alternativas. Entretanto, a TVM continua dependente do orçamento do Estado, o qual tem sido insuficiente para atender às demandas da emissora na perspectiva da melhoria de qualidade técnico-profissional de que necessita (*idem*).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, televisão é um meio de comunicação que compreende a dicotomia áudio e visual e significa ver à distância. Considerando o facto de ter sido a guerra e coação de massas que moveu a criação da Rádio e da Televisão, o seu sentido e posição na sociedade que se guia pelo capitalismo contemporâneo é guiado pela sua utilidade de mediação educativa, ao constituir-se escola não formal na disseminação ideológica arbitrária, em benefício económico de uma classe e em prejuízo da outra. É nosso entender que estabelecer-se como um campo cultural que ergue consenso da ideologia dominante sobre os grupos sociais subalternos encerra o sentido e posição da Televisão nos organismos da Sociedade Civil. Entendemos igualmente que a Televisão legitima o

tecido dominante construindo narrativas que ocultam a arbitrariedade de tal classe dominante.

O telespectador alienado pela televisão é o potencial alvo da distração dos programas enlatados fúteis, que não levam ao desenvolvimento, na medida em que este vê-se “impedido” de gerar interesse por conhecimentos de utilidade a si – sobretudo nas diversas áreas das ciências. Este telespectador alienado fica vulnerável a conceber ideologias das classes dominantes, quase sem hipóteses de questionar os interesses comerciais das classes elitistas capitalistas, que se servem da agenda televisiva para manter o *status quo* em benefício exclusivo de si mesma. Trata-se de um telespectador que, de algum modo, resulta dos malefícios dos processos educativos formais no País, como veremos a seguir no capítulo sobre a Educação Em Moçambique.

Em termos de hipertrofia da identidade em Moçambique, pelo facto de a independência nacional coincidir com o início da globalização, o país não teve uma atmosfera favorável à consolidação da sua própria cultura, educação, política e economia, tal como ocorreu com a China, que se fechou ao mundo e se tornou na segunda maior potência económica mundial. Moçambique não teve espaço para consolidar as suas próprias utopias, na medida em que a década da independência nacional quase coincide com a génese da televisão nacional no país.

A popularização da televisão a nível nacional, dez anos depois, ocorreu num contexto em que o seu tecido-alvo ainda não era esclarecido, atendendo que, até 2007, Moçambique tinha 40% da população analfabeta, segundo o censo de 2007. Não houve tempo suficiente, nem oportunidade, para libertar o Homem racionalmente e vedou-se a possibilidade de o país edificar um “Pensamento Moçambicano integrado” como nação pela alegada manipulação e distração mediática de que sempre foi dependente em termos de Conteúdos Enlatados.

A cadeia de valor para a produção de conteúdos de televisão existe, mas ainda é incipiente. As televisões, além de se mostrarem incapazes de produzir, ainda não compram Conteúdos feitos pelas produtoras independentes, o que não só é prejudicial para o mercado do audiovisual, como também se reflete na diversidade, dinamismo e, em última análise, na qualidade dos conteúdos televisivos em Moçambique. Os canais de televisão, sob o pretexto da poupança, ainda querem assumir por completo a produção de

conteúdos, mesmo sem recursos humanos e materiais, quebrando a possibilidade da consolidação de um mercado mais profissional e competitivo.

Convém mencionarmos que há uma relação que se estabelece entre os conteúdos de televisão e as dinâmicas da etnicidade em termos identitários. O desenvolvimento de uma identidade étnica é um processo crítico no que diz respeito à auto-identificação total. A identidade étnica é, muitas vezes, influenciada por comportamentos culturais, tradições e valores reconhecidos como norma em qualquer comunidade. Moçambique não é exceção.

Embora reconheçamos a identidade étnica moçambicana como multicultural e socialmente construída, ela não deixa de se articular e conectar com outras culturas, intra e extracontinentais. Muitas são as comunidades moçambicanas que se servem da identidade étnica para fazer conexões significativas com as outras. No entanto, algumas experiências revelam que as fragilidades hegemónicas culturais resvalam para sentimentos de inferioridade em relação à própria identidade perante outras identidades étnicas. Este sentido de inferioridade inibe o moçambicano que sente culturalmente subalterno de avaliar os padrões culturais que resultam das culturas hegemónicas, comumente difundidas pelos conteúdos das grelhas televisivas.

Nesse contexto, a alienação e hipertrofia a que nos referimos está relacionada com o desenvolvimento da identidade étnica moçambicana. Significa que, em função da qualidade do seu preparo epistemológico, um moçambicano pode ser alienado à força ou voluntariamente – o que optamos por designar “Miopia Volitiva”. É importante frisarmos que a alienação durante o desenvolvimento da identidade étnica pode levar à separação da comunidade. Todavia, não descuramos que, considerando a natureza íntima da identidade étnica, a alienação pode ser uma característica que define a forma como cada indivíduo vê e interpreta o mundo. Seja com o for, a alienação, voluntária ou forçada, sobretudo na infância e na adolescência, tem extrema influência no desenvolvimento da identidade étnica Moçambicana.

Se atendermos ao facto de a identidade ser um factor importante de desenvolvimento para os adolescentes, considerando ser o tecido que mais se gruda à televisão, e o que mais absorve conteúdos enlatados infantis, então a preocupação em compreender o valor axiológico de tais conteúdos deve ser permanente. Aqui forma-se

um tecido moçambicano, em tenra idade, mais propenso a desafiar a ancestralidade e os valores étnicos nacionais. Forma-se um tecido mais propenso e a favor da homogeneização cultural, pois, para estes, uma cultura não devia expressar um princípio particular.

Fica, no entanto, evidente a relação entre a alienação na adolescência e o desenvolvimento da identidade étnica, ou seja, é pela forma como progride a alienação que surgem as aporias na identidade étnica moçambicana resultantes da indiscriminada absorção axiológica de enlatados. Não obstante, convém-nos sublinhar que, embora a adolescência seja uma fase marcada por dúvidas e questionamentos, é também um estágio de inclusão. Neste sentido, as crianças moçambicanas e os jovens adultos são flexíveis a absorverem crenças e valores alheios ao seu meio, pois estão permanentemente em busca de respostas às suas inquietações inerentes à pouca experiência que têm, ao contrário dos adultos, que se socorrem da sabedoria atribuída pelo tempo para tomarem decisões um pouco mais informadas sobre mudança identitária. Isso significa que a alienação não é considerada negativa ou positiva por todos os moçambicanos. Há os que nela encontram sentimentos de vergonha, depressão, raiva, exílio, dúvida, e os que encontram uma outra forma de ver o mundo, em que a inclusão e o hibridismo são o que mais importa - independentemente de haver uma cultura que tenha sido “engolida” pela hegemonia da outra.

REFERÊNCIAS

Andrelo, L. & Almeida, L. B. **A mídia e a representação do corpo: leitura crítica dos meios de comunicação**. V.12. p-46-66. São Paulo- Brasil, 2015.

Bourdieu, P. **Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

Cádima, F. **Televisão: das origens ao multimédia e à interactividade**. In O Fenómeno Televisivo. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.

Chomsky, N. **Mídia: Propaganda política e manipulação**. WMF Martins Fontes, 1ª edição, 2015.

Coben, D. **Radical heroes: Gramsci, Freire, and the politics of adult education**. New York, NY: Garland, 1998.

- Devereux, E. **Understanding the media**. 3rd edition. London: Sage publications, 2014.
- Diop, C. A. **Civilization or Barbarism: An Authentic Anthropology**. Lawrence Hill Books, USA, Chicago, 1991.
- Gramsci, A. **Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci**. (Q. Hoare & G. Nowell-Smith, Eds. & Trans.). New York, NY: International Publishers, 1971.
- Gramsci, A. **Selection from cultural writings** (D. Fogacs & G. Nowell-Smith, Eds.; W. Boelhower, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1985.
- Gramsci, A. **Prison Notebooks. Vol. I**, ed. and trans. Joseph Buttigieg, Columbia University Press: New York, 1992.
- Gramsci, A. “**Apontamentos e notas dispersas para um grupo de ensaios sobre a história dos intelectuais**”. In: Gramsci. *Cadernos do Cárcere*. Vol. 2. Rio de Janeiro, 2006a.
- Habermas, J. **The public sphere**. In P. Marris & S. Thornham (Eds.), *Media Studies: A reader* (pp. 55–60). Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press, 1996.
- Hall, S. (Ed.). **Representation**. London, UK: Open University and SAGE Publications, 1997.
- Hall, S. **Da Diáspora. Identidades e Mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG. 2^a edição, 2008.
- Han, B. C. **Psicopolítica – O neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Editora Ayiné. Belo Horizonte / Veneza, 7^a edição, 2020.
- Herman, E. & McChesney, R. **The global media: The new missionaries of corporate capitalism**: London: Continuum, 2006.
- INE Censo 2017. **IV Recenseamento Geral da População e Habitação: Resultados definitivos**. Moçambique, 2019.
- Joanguete, C. **Imprensa Moçambicana: do papel ao digital, Teorias, história e digitalização. Moçambique**: Maputo, CEC, 2016.
- Lopes, Paula. **Educação, Sociologia da Educação e Teorias Sociológicas Clássicas: Marx, Durkheim e Weber**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-paula-educacao-sociologia-da-educacao-e-teorias-sociologicas.pdf> acesso a 1 Maio 2020 às 16h35
- Marx, K. & Engels, F. **A Ideologia Alemã**. Trad. Frank Müller. Sumaré/SP: Martin Claret, 2006.
- Machado, A. **Arte do Vídeo**. 2. Ed. São Paulo: Brasiliense, 2000
- Mazula, B. **Educação, Cultura e Ideologia em Moçambique: 1975 - 1985**. Edições Afrontamento e Fundo Bibliográfico da Língua Portuguesa, 1995.
- Marandino, M; Selles, S. E; Ferreira, M. S. **Ensino de Biologia: histórias e práticas em diferentes espaços educativos**. São Paulo: Cortez, 2009.

- McCombs, M. **“Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo”**. In: BRYANT, Jennings e ZILLMANN, Dolf. Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Barcelona: Paidós, 1996.
- McCombs, M. **Setting the Agenda: The mass media and public opinion**. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2013.
- McPhail, T.L. **Global communication: Theories, stakeholders and trends**. 2nd Edition. Victoria: Blackwell publishing, 2006.
- McGuigan, J. **The cultural public sphere**. European Journal of Cultural Studies, 8(4), 427–443. 2005.
- Mondlane, E. **Lutar por Moçambique**. Trad. Maria da Graça Forjaz., 1ª ed., Lisboa, Livraria Sá da Costa Editora, 1975.
- Muatiacale, L. **Estratégias Discursivas dos Telejornais de Moçambicana: Análise Crítica do Jornal Nacional e Jornal da Noite**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, 2007.
- Muswede, T. & Lubinga, E. **Global media hegemony and the transformation bliss in post-colonial Africa: real independence or mere change of masters?**. January. University of Johannesburg – disponível em https://core.ac.uk/display/161544309?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1 acesso aos 22.10.2021 à 01h27, 2018.
- Ngoenha, S. **Estatuto e Axiologia da Educação em Moçambique: o paradigmático questionamento da Missão Suíça**. Livraria Universitária, UEM, 2000.
- Chomsky, N. **Mídia: Propaganda política e manipulação**. WMF Martins Fontes, 1ª edição, 82 páginas, 2015.
- Taimo, J. **História e Política do Ensino Superior em Moçambique**. Tese de doutorado em Educação, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Metodista de Piracicaba, São Paulo, 2010.
- Tylor, E. B. **Antropologia Cultural**. XXVII XI ed. New York: Encyclopædia Britannica. p. 498 - Consultado em 11 de fevereiro de 2011, 1832.
- Traquina, N. **“O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo”**. In: Revista Comunicação e Linguagens. Lisboa: Cosmos, número 21 e 22, 1995.
- Weber, M. **Ensaio de Sociologia**. LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora S.A. 5ª edição, Rio de Janeiro, 1982.
- Wolf, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1986.
- Raupp, F. A. **A influência da televisão na educação** – Revista de Ciências Humanas, 2010.
- Rummert, S. **Os meios de comunicação de massa como aparelhos de hegemonia**. Fundação Getúlio Vargas. BMHS. IEAE. Rio de Janeiro, 1986.

Sen, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

Schönardie, P. **O Processo Educativo na Perspectiva Histórico-Cultural**. Contexto & Educação. Editora Unijuí Ano 29, nº 93 Maio/Ago. P. 4-21, 2014.

Stevens, P. **The no-nonsense guide to global media**. London: New Internationalist Publications, 2003.

Sparks, C. **Globalisation, Development and the Mass Media**. London: Sage Publications, 2009.

Traquina, N. “**O paradigma do agenda-setting: Redescoberta do poder do jornalismo**”. In: Revista Comunicação e Linguagens. Lisboa: Cosmos, número 21 e 22, 1995.

Hohlfeldt, A. “**Os estudos sobre a hipótese do agendamento**”. In: Revista Famecos. Porto Alegre: Edipucrs, nr 7, 1997.

Pauls, R. **Concepts of value: a multi-disciplinary clarification**. Centre for Resource Management. Lincoln University. Canterbury. New Zealand, 1990.

Original recebido em: 21 de outubro de 2023

Aceito para publicação em: 24 de janeiro de 2024

Sérgio Jeremias Langa

Doutor em Políticas de Educação pela Universidade Eduardo Mondlane; Mestre em Jornalismo e Estudos Editoriais pela Universidade Pedagógica de Maputo – Moçambique; Bacharel e Licenciado em Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário; Graduado em Design Publicitário; Professor e Director de Curso (PM) na Escola Superior de Jornalismo em Maputo – Moçambique



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional