

Um Brasil angolano: a TV brasileira em Angola

por Adillson Abell

adibel11@yahoo.com.br

Não seria nenhum equívoco afirmar que a capital de Angola é uma colônia brasileira



Bem-aventurados sejam aqueles que amam essa desordem, bem-aventurados sejam os senhores do progresso e da mídia e da famigerada Rede de televisão. Primeiro, porque é fato que a “televisão” é uma das criações tecnológicas do ser humano, que foi tão disseminada a ponto de ser conhecida de toda a humanidade. Logo, esse “fato” já é uma das demonstrações de INFLUÊNCIA da televisão em toda sociedade.

E pensar particularmente, que países como Angola, devido a sua situação socioeconômica e estrutural, precarizadas pela recente guerra civil, têm sido alvo da TV mundial, sofrendo diversas influências no âmbito social, cultural e política.

A TV brasileira juntamente como a TV portuguesa, passam a exercer maior influência em Angola, não só pela semelhança no idioma, mas pela agilidade e inovações tecnológicas diferentemente da TV local, nesta ordem podemos observar as transformações culturais na actual conjuntura do país. Onde sem sombra de dúvida destaca-se a TV brasileira como maior instrumento de venda e influências de parte do povo angolano. A mesma TV que faz uma imagem de uma Angola extremamente miserável e desgraçada pela injustiça social, é a mesma que vende para esta sociedade uma ideologia dominante, de consumo e valores modistas, factores extremamente visíveis no nosso quotidiano, levando-nos ao empobrecimento cultural. Esse é o retrato de parte da juventude angolana, sem compromissos e aculturada.

Para um tema tão actual e tão complexo o autor McLuhan diz que “é difícil apresentar de forma sistemática ou visual a influência da TV, porque ela afecta a totalidade de nossas vidas: pessoal, política e social. No entanto não é difícil verificar a influência que ela exerce na “perda de identidade cultural”: a mudança dos modos, a assimilação da cultura abasileirada no exterior, incorporando a forma de vestir, de comer globalístico, os tipos de música que se houverem, as ditas populares etc. E o maior importador desses novos modos é a televisão.

É obvio que conhecer a cultura do outro é importante, não só para quem conhece, mas também para expansão dela, mas deve-se ter cuidado para não se perder seus próprios valores e nem viver sobre valores estereotipados. No que tange a criação de estereótipos, sem dúvidas, a TV brasileira tem sido muito eficaz em suas novelas, comerciais, e até na imagem ilusória de um Brasil soberano e bem sucedido.

Este suposto veículo de cultura de massa já pode ser considerado um facto social, que está à disposição de todas as classes sociais e níveis culturais de Angola. Que tem penetrado na intimidade quotidiana de cada indivíduo de uma forma tão absoluta, e capaz. Que tem promovido mudanças estereotipadas nos hábitos, comportamento, linguagem, de maneira incontestavelmente forte. E não seria nenhum equívoco afirmar que a capital de Angola é uma colónia brasileira.

Do mesmo modo vale ressaltar a falta de compromisso dos governantes, a falta de políticas para minimizar estes factos, pois pensar que “a televisão” é que influi no ser humano ou na sociedade é esquecer que fomos nós (homens) que criamos esse meio “de comunicação”. Um outro aspecto importante é que neste período pós-guerra a média tem apresentado um lugar de destaque na filosofia consumista, no avanço de novas tecnologias. Entretanto, mesmo criticando seu papel na formação de valores, é frequente ver jovens e adultos estabelecerem planos que envolvam a propaganda da TV, conferindo, com essa atitude, uma supervalorização a esse veículo de entretenimento.

Em suma, embora os adultos, os jovens e as crianças tenham consciência de que somos profundamente marcados pela cultura do consumo, os jovens pais acabam utilizando os bens de consumo como um meio para aumentar sua auto-estima ou “status” sociais. Certamente essa atitude acaba por reforçar aqueles mesmos comportamentos já citados. Desse modo, a manipulação veiculada pela TV e pela cultura do consumo é sustentada e reforçada nas relações intersubjectivas no âmbito da família, tendo a mesma família como principal canal de interlocutor de sociedade x cultura.

Para finalizar, é possível reafirmar que este veículo é representante e mediador dos interesses do Estado e das classes dominantes. A TV em Angola e em outros países tem sido um instrumento de controlo da opinião pública e de influência da mentalidade do povo, que quanto menos esclarecido, mais influência recebe da televisão. Prova disso é que a TV cria e se desfaz de ídolos em questão de segundos, transforma tramas de ficção em problemas nacionais; o domínio sobre esta produção, enfim, é o poder de criação do ambiente propício à formação de consciências. Não precisamos buscar um exemplo muito distante, infelizmente quem visita Luanda verá que parte desta cidade é estrangeira.

27 de Fevereiro de 2009



Adillson Abell é angolano, mora no Brasil e estuda Serviços Sociais na UNITAU (Universidade de Taubaté) no interior de São Paulo in “O Patifúndio, revista cultural da lusofonia)