



Escola de Comunicação e Artes

Curso de Licenciatura em Jornalismo

Trabalho de Culminação de Curso

**ESTUDO DE AUDIÊNCIA DO PROGRAMA MOÇAMBIQUE EM CONCERTO:
ANÁLISE DOS FACTORES DETERMINANTES DA EXPOSIÇÃO DA AUDIÊNCIA**

Candidata: Neiza Carolina Reginaldo Posse;

Supervisor: Mário Moisés da Fonseca;

Maputo, Dezembro de 2024

Escola de Comunicação e Artes
Curso de Licenciatura em jornalismo

**ESTUDO DE AUDIÊNCIA DO PROGRAMA MOÇAMBIQUE EM CONCERTO:
ANÁLISE DOS FACTORES DETERMINANTES DA EXPOSIÇÃO DA AUDIÊNCIA**

Monografia apresentada no curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciatura em Jornalismo

Candidata: Neiza Carolina Reginaldo Posse

Supervisor: Mário Moisés da Fonseca

Maputo, Dezembro de 2024

Escola de Comunicação e Artes
Curso de Licenciatura em jornalismo

**ESTUDO DE AUDIÊNCIA DO PROGRAMA MOÇAMBIQUE EM CONCERTO:
ANÁLISE DOS FACTORES DETERMINANTES DA EXPOSIÇÃO DA AUDIÊNCIA**

Monografia apresentada no curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane como requisito parcial para obtenção do grau de licenciatura em Jornalismo

Candidata: Neiza Carolina Reginaldo Posse

JÚRI

Presidente:

Escola de Comunicação e Artes

Supervisor: Mário Moisés da Fonseca

Escola de Comunicação e Artes

Oponente:

Escola de Comunicação e Artes

Maputo, Dezembro de 2024

DECLARAÇÃO DE HONRA

Declaro que esta monografia resulta da minha investigação e da orientação do meu supervisor. Nunca foi apresentada em nenhuma outra instituição para a obtenção de qualquer grau académico. O conteúdo do trabalho é original e todas as fontes consultadas para a sua realização estão devidamente citadas no texto e indicadas nas referências bibliográficas.

Maputo, Dezembro de 2024

A autora:

(Neiza Carolina Reginaldo Posse)

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais:
Reginaldo Inácio Posse e Dulce
Ivone Fumo Posse; aos irmãos e aos
meus avôs paternos e maternos!

AGRADECIMENTOS

O caminho rumo ao sucesso não é percorrido totalmente de forma individual. Em algum momento neste grande percurso, precisamos de pessoas que nos ajudam, seja através de uma palavra motivacional, financeiramente, emocionalmente e até mesmo de pessoas que não vão acreditar em nosso potencial e para isso nos desafiarão a lutar e alcançar o improvável.

É neste contexto de agradecimentos que primeiramente quero manifestar a minha eterna gratidão a um Ser que sempre acreditou em mim mesmo quando eu não o fazia e com toda a certeza é o motivo/causador desta oportunidade de alcançar este grau acadêmico. DEUS, minhas palavras não seriam suficientes para expressar a enorme gratidão que sinto por Ti. Meu muito obrigada pela confiança, e por sonhar “sonhos altos” para mim. Obrigada por depositar em mim, sabedoria, coragem e força de vontade para ultrapassar cada barreira que ia surgindo ao longo desta grande caminhada. O SENHOR o sabe!

Reginaldo Inácio Posse e Dulce Ivone Fumo Posse, meus pais, vai a minha calorosa gratidão por também terem acreditado em mim e investido cegamente na minha formação. Obrigada por sonharem comigo e principalmente pela palavra motivacional e os vários elogios que para mim serviram de incentivo para não desistir e com um sorriso no rosto me desafiar a vencer por vocês.

Igualmente expressei o meu kanimambo (obrigada) aos meus irmãos, Marilca Jussara, Eliana Posse, Inácio Posse e Júnior Posse pela força que me deram durante todo este percurso, principalmente as minhas irmãs que por diversas vezes tiveram de ficar sobrecarregadas com os trabalhos domésticos quando eu não podia ajudar.

Bem antes de eu entrar para o ensino superior, a minha avó paterna, Celeste Manhiça (em memória) já profetizava que um dia eu seria uma pessoa com grau mínimo de licenciatura. Parafrazeando “*Carlina, wena u tava doctor mundzuku*” (serás uma doutora futuramente, em tradução). Igualmente manifesto a minha profunda gratidão aos meus avôs maternos, Domingos e Adélia Fumo que carinhosamente me chamam de jornalista desde que souberam da minha admissão à Universidade e continuamente perguntavam sobre como estavam decorrendo as minhas aulas. Foi sem dúvida, um grande incentivo e alegria para mim ver o seu interesse e orgulho por esta minha caminhada, muito obrigada.

Expresso a minha gratidão ao meu supervisor, Mário Moisés da Fonseca, pela orientação e principalmente por não ter desistido de mim mesmo quando permaneci por vários meses no silêncio e sem apresentar resultados. Muito obrigada!

Quero agradecer aos meus colegas de curso, em especial as minhas companheiras e irmãs que a ECA deu-me, Regina Ernesto e Muazena Momade. Valeram a pena as nossas noites em branco buscando resultados positivos. Jordão Corneta, Silvino Baessa, Bruno Fernando, Denilson Manhique, Temóteo Cumbi (um eterno maza e professor, obrigada pela paciência), Emerson Guila (um eterno amigo que chegou em tempo pontual, muito obrigada por ter sido meu professor mesmo sem me conhecer de forma presencial) por terem sido meus verdadeiros companheiros de estudo.

E não me esqueceria de jeito algum de, igualmente, manifestar a minha gratidão aos meus professores desde o primeiro ao último ano de formação por terem dedicado seu precioso tempo para partilhar comigo um pouco de seu conhecimento a nível desta área do saber.

Por último, e não menos importante, quero agradecer a dois seres incríveis que, sem exageros, sempre que me vissem perguntavam-me sobre o trabalho de fim do curso e o porquê da demora, falo especialmente do meu Director e chefe no meu sector de trabalho, Mestre Manuel Tiano, a sua insistência foi sem dúvida um grande incentivo. Valditane Celestino Vinho (ou simplesmente Titane), um eterno amigo, que criou meios para que eu tivesse como realizar esta pesquisa e por continuamente ter exercido uma pressão para que eu terminasse o trabalho, a minha gratidão é para sempre.

Epígrafe

O estudo das audiências não se resume à análise dos dados provenientes da sua medição, e que serão sobretudo do interesse da indústria mediática. Estudar as audiências implica questionar os números, ir além de o quê e quanto para saber como e porquê”.

PERREIRA citado por PORTELA, 2019.

Resumo

O presente trabalho estuda a audiência do programa *Moçambique em Concerto* com o objectivo de perceber os factores determinantes de sua exposição. Como fundamento teórico, foram usadas as teorias de Usos e Gratificações que, de forma geral, pressupõe que à audiência faz uso de determinado conteúdo mediático para satisfazer alguma necessidade; Estudos culturais, que fundamentam que o ambiente social e cultural influenciam no acto de recepção e escolha de produtos mediáticos; e por último, o Modelo de Codificação e Descodificação do discurso televisivo de Stuart Hall (1973), onde Hall identificou três posições hipotéticas de descodificação de mensagens, nomeadamente: *Uma posição dominante ou preferencial*, *posição de negociação* e *posição de oposição*. Estas teorias foram úteis para esta pesquisa, pois defendem que à audiência dos meios de comunicação social não é passiva no acto de recepção e interpretação, mas as suas necessidades individuais e os factores externos determinam a sua exposição a media. Quanto a metodologia recorreu-se ao método misto, qualitativo e quantitativo, que permitiu obter dados estatísticos sobre a audiência do programa, como por exemplo: factores sociodemográficos (escolaridade, estado civil, local de residência, profissão, grau de frequência na sua exposição), entre outros dados possíveis de medição. E por último, permitiu compreender de forma aprofundada as motivações determinantes da exposição da audiência ao programa em alusão através da técnica de inquéritos e de entrevista. Foram inquiridas no total 114 pessoas, das quais sessenta e duas (62) mulheres e 52 homens, e foram entrevistadas 24 pessoas, sendo que 12 (6 homens e 6 mulheres) assistem no local da gravação do programa e 12 (6 mulheres e 6 homens) assistem em suas residências. Deste contacto directo com a audiência do programa *Moçambique em Concerto*, constatou-se que o factor social é determinante para a exposição da audiência, ou seja, as pessoas são motivadas pelo gosto de ver o apresentador ajudando as pessoas que têm algum tipo de necessidade, como por exemplo: a nível de saúde, melhores condições de vida, apoio financeiro para iniciar algum negócio entre outras necessidades; mas também assistem para ver os cantores convidados, e por último são motivadas pelo divertimento.

Palavra-chave: *Audiência; Televisão; Motivações; Teoria dos Usos e Gratificações; Estudos Culturais, Modelo de Codificação e Descodificação;*

Abstract

This study studies the audience of the program *Moçambique em Concerto* with the aim of understanding the determining factors of the audience's exposure to the program. As a theoretical basis, the theories of Uses and Gratifications were used, which generally assume that the audience uses certain media content to satisfy some need; Cultural Studies, which support the idea that the social and cultural environment influences the act of reception and choice of media products; and finally, the Model of Encoding and Decoding of television discourse by Stuart Hall (1973), where Hall identified three hypothetical positions for decoding messages, namely: A dominant or preferential position, a negotiating position and an oppositional position. These theories were useful for this research, as they argue that the audience of the media is not passive in the act of reception and interpretation, but their individual needs and external factors determine their exposure to the media. As for the methodology, a mixed qualitative and quantitative method was used, which allowed us to obtain statistical data on the program's audience, such as: sociodemographic factors (gender, age, education, marital status, place of residence, profession), degree of frequency of exposure, among other possible measurement data. And finally, it allowed us to understand in depth the motivations determining the audience's exposure to the program in question through the survey and interview techniques. A total of 114 people were surveyed, of which sixty-two (62) were women and 52 were men, and 24 people were interviewed, of which 12 (6 men and 6 women) watched the program at the location where it was recorded and 12 (6 women and 6 men) watched it at their homes. From this direct contact with the audience of the program *Moçambique em Concerto*, it was found that the social factor is decisive for its exposure, that is, people are motivated by the pleasure of seeing the presenter helping people who have some kind of need, such as: health, better living conditions, financial support to start a business, among other needs; but they also watch to see the guest singers, and lastly they are motivated by entertainment.

Keywords: *Audience; Television; Motivations; Theory of Uses and Gratifications; Cultural Studies, Stuart Hall's Coding and Decoding Model;*

Lista de tabelas

Tabela I: profissão;	31
Tabela II: Nível acadêmico	32
Tabela III: Estado civil.....	33
Tabela IV: Frequência de exposição ao programa Moçambique em Concerto	34
Tabela V: Depoimento da audiência entrevistada quanto as leituras de descodificação da mensagem.	38
Tabela VI: Depoimento da audiência entrevistada sobre a iniciativa de exposição ao programa Moçambique em Concerto;.....	39
Tabela VII: Motivações de exposição da audiência do programa Moçambique em Concerto;.....	41
Tabela VIII: Depoimento da audiência entrevistada sobre a motivação de exposição ao programa Moçambique em Concerto;.....	45

Lista de abreviaturas

UEM-ECA – Universidade Eduardo Mondlane – Escola de Comunicação e Artes;

U & G – Teoria dos Usos e Gratificações;

MC – Programa Moçambique em Concerto

Índice

DECLARAÇÃO DE HONRA.....	III
Dedicatória	IV
AGRADECIMENTOS.....	V
Epígrafe.....	VII
Resumo.....	ix
Abstract.....	ix
Lista de tabelas	x
Lista de abreviaturas	x
I. Introdução.....	1
1. Problematização.....	3
1. Hipóteses	5
2. Justificativa	5
3. Objectivos.....	7
❖ Geral.....	7
❖ Específicos.....	7
II. CAPÍTULO II: REFERENCIAL TEÓRICO – CONCEPTUAL SOBRE O ESTUDO DE AUDIÊNCIA DO PROGRAMA MOÇAMBIQUE EM CONCERTO	8
i. Teoria dos Usos e Gratificações (U&G).....	8
ii. Princípios norteadores da Teoria dos U&G.....	10
iii. Crítica à Teoria dos U&G	11
iv. Influências culturais e sociais: o contributo dos Estudos Culturais	11
v. Modelo de Codificação e Descodificação do discurso televisivo de Stuart Hall.....	14
vi. Estudos sobre audiência televisiva: o caso de estudo The Nationwide Audience.....	18
vii. Crítica ao modelo de Codificação e Descodificação de Stuart Hall	19
viii. Estudos Culturais versus a Teoria dos Usos e Gratificações (U&G)	20
ix. Objecto de Estudo	21
xi. Espaço Geográfico	22
III. CAPÍTULO: METODOLOGIA	23
a) Quanto à abordagem epistemológica	23
a) Quanto à finalidade da pesquisa	24
b) Quanto aos níveis de pesquisa	24
c) Quanto aos procedimentos.....	24
i. Técnica de Pesquisa	25

ii.	Amostra.....	26
iii.	Categorias de Análise.....	26
iv.	Procedimentos verificados na colecta de dados	28
IV.	CAPÍTULO: APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADO.....	30
1.	Categoria1: Perfil da audiência do programa Moçambique em Concerto	30
1.1.	Caracterização do perfil da audiência do programa Moçambique em Concerto.....	31
1.2.	Profissão	31
1.3.	Nível académico	32
1.4.	Estado Civil	33
1.5.	Frequência de exposição da audiência ao programa Moçambique em Concerto.....	33
2.	Categoria 2: Dimensão socio-cultural da audiência.....	34
3.	Categoria3: Motivação de exposição da audiência ao programa Moçambique em Concerto.....	40
V.	Conclusão.....	46
VI.	CAPÍTULO: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

I. Introdução

Actualmente estudar a audiência de determinado meio de comunicação social tornou-se importante porque não se limita apenas à análise dos dados provenientes da sua medição, mas implica questionar os números, ir além de o quê e quanto para saber como e porquê” (PERREIRA citado por PORTELA, 2019).

Teorias como Usos e Gratificações, estudos culturais, o modelo de codificação e descodificação no discurso televisivo da autoria de Stuart Hall (1973) atribuem à audiência um papel activo porque ela é responsável por sua escolha, consumo e interpretação dos conteúdos mediáticos, diferentemente da teoria da Agulha Hipodérmica ou Bala Mágica¹ que atribui a audiência um papel de passividade de recepção e interpretação destes conteúdos.

Assim sendo, o foco da presente pesquisa é de estudar a audiência do programa *Moçambique em Concerto* com objectivo de compreender as motivações e factores determinantes da sua exposição.

Desta forma, foi seleccionada uma amostra por acessibilidade de 114 pessoas que participou de um inquérito com objectivo de colher alguns dados sociodemográficos, incluindo o nível de frequência de exposição ao programa entre outros dados relevantes. Ademais, na amostra colectada foram retiradas, num critério de acessibilidade e disponibilidade por parte das pessoas, 24 pessoas que participaram de uma entrevista (sendo que 12 assistem o programa em directo e 12 a partir de suas residências), obedecendo a estrutura de entrevista semi-estruturada, tendo em vista perceber a sua motivação da exposição ao programa, ou seja, entender quais são os factores determinantes para sua exposição.

Como resultado do contacto directo com a audiência do programa *Moçambique em Concerto*, pode-se em linhas gerais dizer nesta fase introdutória que, foi possível verificar que, tanto à audiência que assiste em directo tanto que assiste a partir de casa, é motivada pela inclinação humanitária do programa, ou seja, as pessoas gostam de ver o apresentador em suas acções de solidariedade ao próximo. Constatou-se também que parte da audiência que assiste o programa em directo o faz porque tem a intenção/propósito de também ser ajudada pelo apresentador.

¹ “A teoria das balas mágicas popularizou-se a partir de 1920, e fundava-se no conceito de que o processo de comunicação é equivalente ao que se passa numa galeria de tiro. Bastava atingir o alvo para que este caísse. As balas eram irresistíveis, as pessoas estavam totalmente indefesas. Outra expressão escolhida para designar esta corrente de pensamento foi teoria das agulhas hipodérmicas, pois achava-se que os meios de comunicação eram como agulhas que injectavam estímulos nas veias, de forma a provocar determinadas reacções desejadas” (DOS SANTOS, 2001, p.20).

Entretanto, a audiência que assiste a partir de casa assiste de forma ocasional, isto é, não planejam ver o programa, mas coincide quando, por exemplo, estão a passar pelo aparelho televisivo e são atraídos por alguma actividade específica que esteja a ser transmitida naquele momento.

Em termos de estrutura, este trabalho tem 6 capítulos: onde o primeiro foi reservado para a parte introdutória que compreende a problemática, hipóteses, justificativa e objectivos. O segundo foi referente a revisão de literatura, onde se buscou base teórica para fundamentar o trabalho; a metodologia, é o terceiro capítulo deste trabalho, compreende os métodos e técnicas que permitiram alcançar os objectivos desta pesquisa; o quarto capítulo foi reservado à apresentação e análise dos dados colectados; no quinto capítulo constam as notas conclusivas; o último capítulo foi referente à revisão bibliográfica.

1. Problematização

Os estudos de audiências constituem um marco fundamental para a evolução das pesquisas da área de comunicação, pois possibilitaram conhecer, inicialmente, a dimensão dos receptores especificamente o seu número, género, faixa etária entre outros dados socio-demográficos. Todavia, com o avanço dos estudos na comunicação, a perspectiva dos estudos de audiência mudou e o foco passou a ser o uso que os receptores fazem da media, passando assim de uma audiência passiva para uma audiência activa.

Neste prisma, audiência activa pode ser entendida em quatro palavras: selectividade, intencionalidade, utilidade e envolvimento das audiências com a media, pois os indivíduos escolhem que meios de comunicação preferem utilizar (LEE e TAYLOR, 2014; LEVY e WINDAHL, 1984 citados por CABO, 2021, p.16).

Em linhas gerais, a audiência activa não só escolhe os meios de comunicação que prefere utilizar, mas também tem a capacidade de interpretar o conteúdo veiculado de forma autónoma e influenciada pelo ambiente social e cultural.

A utilização do conceito de audiência activa aparece, muitas vezes, relacionada a teoria dos Usos e Gratificações (U&G) que pressupõe que no processo de comunicação, o receptor é activo, com capacidade de escolher os meios e conteúdo que melhor condizem com seus anseios, propósitos e gostos.

Nas palavras de Dennis McQuail (1993) citado por Da Silva (2006, p.9) “a audiência pode inclusive, optar por não se expor aos meios de comunicação já que esses competem com outras gratificações do sujeito como viagens, praia e leitura”. Adicionalmente, se este mesmo indivíduo não fizer uso da mensagem veiculada pela media, no contexto social e psicológico em que vive, não sofrerá influência (KATZ, 1959, citado por DE OLIVEIRA, 2015, p.44).

Em outros termos, a teoria dos Usos e Gratificações defende que as pessoas fazem uso voluntário da media para satisfazerem suas necessidades, desejos e por meio disso ocorre sua gratificação. Todavia, conforme exposto acima, se as pessoas não fizerem uso de uma determinada mensagem produzida pela media por razões culturais, sociais, psicológicas e/ou preferenciais não têm como sofrer influência directa da media, contrariando assim a teoria da Agulha Hipodérmica ou Bala Mágica².

² "Teoria da Bala Mágica" ou "Teoria da Agulha Hipodérmica" é a primeira tentativa de explicar os efeitos dos meios de Comunicação de Massa sobre a sociedade (DE OLIVEIRA, 2014, p.35). O pressuposto básico da Teoria

Por outro lado, o pensamento de uma audiência activa é levantada também pelos pesquisadores dos Estudos Culturais, concretamente: Richard Hoggart, Eduard Palmer Thompson, Raymond Williams e Stuart Hall que afirmam que a audiência por estar inserida numa certa cultura goza de uma visão do mundo que a rodeia e reagirá ao que visualiza (media) de acordo com seus valores, crenças e hábitos que reflectem o campo cultural onde se insere (DE OLIVEIRA, 2015, p.59).

Por sua vez, Stuart Hall, através de sua obra *Codificação e Descodificação do discurso televisivo*, traz um novo olhar sobre os processos de comunicação social ao defender que este processo de comunicação acontece de forma circular e não linear como pressupunha a teoria da Bala Mágica. Ou seja, “o modelo de comunicação não é apenas um processo entre produtor e receptor (horizontal), mas sim um sistema que passa por várias etapas e nunca é fechado. Isto porque a audiência é a fonte e ao mesmo tempo, o receptor da mensagem de televisão” (HALL, 1973, citado por CABO, 2021, p.22).

Stuart Hall (1973) refere ainda que a mensagem produzida pela media deve ter em extrema atenção e levar em conta os aspectos sociais e culturais que envolvem os receptores (audiência) para que esta por sua vez consiga descodificar a mensagem. “A codificação não pode ser feita com o objectivo de produzir uma mensagem para uma audiência homogénea, pois cada receptor tem uma bagagem social e cultural que determinará a descodificação da mensagem” (idem).

As contribuições das teorias supracitadas trazem evidências que comprovam que a audiência é de facto activa pois tem capacidade de escolher os conteúdos mediáticos influenciada por diversos factores (psicológicos, sociais, culturais, preferenciais e circunstanciais) e pode fazer uma interpretação individual dos mesmos.

Analisando na prática as teorias acima mencionadas, poderia se assumir, por exemplo, que a audiência do programa *Moçambique em Concerto* escolhe expor-se a este programa, em detrimento de outros conteúdos mediáticos ou afazeres, por inicialmente ser influenciada pelo ambiente cultural e social em que está inserida e, de igual modo, por suas preferências individuais com o objectivo de satisfazer alguma necessidade ou para a realização de um propósito como de relaxar, se entreter, passar tempo ou para obter alguma ajuda do

da Agulha Hipodérmica está na ideia de que a acção do indivíduo é reduzida a uma relação linear de causa e efeito, pelo que, desde que sejam estimulados de forma correcta, reagem uniformemente às mensagens que lhes são transmitidas. Ademais, esta teoria atribui uma passividade da audiência na recepção dos conteúdos.

apresentador, entre outros motivos. Ademais, conforme Hall (1973), esta mesma audiência conseguiria interpretar/descodificar a mensagem que foi codificada, de modo que a sua satisfação e consumo sejam eficazes.

Assim a presente problemática surge da necessidade de previamente procurar compreender se as teorias supracitadas se aplicam ou podem ser verificáveis na audiência do programa *Moçambique em Concerto*. Ou seja, quais são as necessidades que a audiência deste programa pretende satisfazer e quais são os factores que determinam a sua exposição.

Pergunta de Partida: *quais são os factores determinantes para a exposição da audiência ao programa Moçambique em concerto?*

1. Hipóteses

Hipótese1: As pessoas assistem o programa *Moçambique em Concerto* porque lhes proporciona diversão, relaxamento e entretenimento;

Hipótese2: As pessoas preferem o programa *Moçambique em Concerto* por estar enquadrado aos seus valores socio-culturais;

Hipótese3: À audiência do programa *Moçambique em Concerto* é motivada pela orientação humanitária do programa no sentido de prestar ajuda às pessoas com algum tipo de necessidade (financeira, deficiência física);

2. Justificativa

Estudar à audiência dos meios de comunicação social é uma actividade bastante interessante, pois é possível entender e perceber os motivos da exposição da audiência de determinado conteúdo mediático.

A respeito disso, Pereira citado por Portela (2019, p.9) destaca a essência da realização do estudo da audiência que não se limita ao conhecimento de números, mas vai além de “o quê e o quanto” para saber “como e por quê”.

Por seu turno, a pesquisadora Ferreira (s/d) ressalta que o comportamento desta audiência activa é derivada de uma condição multifactorial (factores psicológicos, culturais, sociais e circunstanciais) e, também é mediada por motivações que derivam de suas necessidades, interesses entre outras razões.

Teorias como Usos e Gratificações e o modelo de Codificação e Descodificação do discurso televisivo de Stuart Hall (1973) explicam, por exemplo, que as audiências dos meios de comunicação têm um papel activo no processo de escolha, recepção e interpretação dos conteúdos veiculados.

Tomando como ponto de partida estas teorias, surgiu, inicialmente, uma curiosidade de verificar como estas teorias se aplicam na prática à audiência do programa *Moçambique em Concerto*. Ademais, o interesse em estudar à audiência deste programa está em compreender os factores ou motivações determinantes de sua exposição, ou seja, por quê assiste o programa?

Moçambique em Concerto é também conhecido como sendo o programa das famílias moçambicanas e em cada edição de sua transmissão várias pessoas com diversas necessidades específicas (financeiras, saúde, negócios, escola, reconciliação com os familiares entre outras) têm sido ajudadas.

Foi olhando para esta inclinação humanitária do programa, que, a autora deste trabalho, aquando do início da formação no ensino superior, escreveu uma carta ao apresentador expondo uma necessidade específica da qual esperava receber uma ajuda. Isto mostra que a escolha deste programa não foi aleatória, mas existe um certo apreço por este programa.

Uma outra razão que, por sinal, foi evidenciada por Macalane (2021), na sua monografia intitulada *Estudo de audiência do programa Balanço Geral da TV Miramar*, se refere ao facto de existirem poucos estudos com esta abordagem temática a nível da Escola de Comunicação e Artes (ECA-UEM) visto que, por exemplo, no período compreendido entre 2008-2017 assistiu-se a defesas de 248 monografias, no entanto somente dois trabalhos estavam virados para estudo de audiência e recepção.

Ademais, na perspectiva científica, espera-se que esta pesquisa seja mais uma contribuição na produção de conhecimento sobre estudos de audiência, sobretudo a nível do país e particularmente a nível da Escola de Comunicação e Artes (ECA-UEM). Portanto, espera-se também que este trabalho seja um espelho e incentivo para que mais estudantes da ECA se interessem em estudar sobre à audiência dos meios de comunicação social ou de áreas afins.

Não menos importante, este trabalho pode ser útil para o programa que constitui objecto desta pesquisa considerando que ficará a par dos factores que são determinantes para a exposição da sua audiência e, havendo necessidade, pode se melhorar as rubricas.

3. Objectivos

❖ Geral

- ✓ Identificar os factores determinantes para a exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto*;

❖ Específicos

- ✓ Descrever o perfil da audiência do programa *Moçambique em Concerto*;
- ✓ Indicar as necessidades que a audiência do programa *Moçambique em Concerto* pretende satisfazer através de sua exposição.
- ✓ Verificar se o ambiente socio-cultural influencia para a exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto*;
- ✓ Perceber até que ponto a audiência está envolvida e participa activamente das rubricas do programa *Moçambique em Concerto*;

II. CAPÍTULO II: REFERENCIAL TEÓRICO – CONCEPTUAL SOBRE O ESTUDO DE AUDIÊNCIA DO PROGRAMA MOÇAMBIQUE EM CONCERTO

Para compreender os factores determinantes da exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto*, o presente trabalho procura apresentar neste capítulo, as principais teorias que abordam sobre à audiência activa e depois irá se explicar como elas se aplicam ao objecto de estudo desta pesquisa. A teoria dos Usos e Gratificações, os contributos dos Estudos culturais e o modelo de codificação e descodificação de Stuart Hall (1973), que a seguir se apresentam, são algumas das teorias a que se recorreu para explicar a escolha da audiência face ao programa em alusão.

i. Teoria dos Usos e Gratificações (U&G)

A teoria dos Usos e Gratificações (U&G) é uma abordagem importante para este trabalho porque, para além de mostrar que à audiência tem um papel activo no processo de escolha e exposição aos meios de comunicação, revela que existe uma necessidade que à audiência pretende satisfazer, seja a nível emocional, financeiro, saúde entre outras necessidades que inclusive dependem do tipo de meio de comunicação social que à audiência se expõe.

Portanto, apoiando-se desta teoria, espera-se que seja possível verificar, através do contacto directo com à audiência do programa *Moçambique em Concerto*, que tipo de necessidade esta audiência pretende satisfazer ao assistir este conteúdo televisivo.

O modelo inicial dos Usos e Gratificações pretendeu corrigir à assunção vigente nos primeiros anos da comunicação de massas, de que eram os media que simplesmente escolhiam as suas audiências, ignorando o peso que, nesse jogo de oferta e procura, também assumem as escolhas individuais dos meios, canais e conteúdos, numa contínua interpenetração de influencias interpessoais, sociais e culturais de que os media fazem parte (PORTELA, 2019, p.40).

Nesta subdivisão do capítulo, fez-se uma breve contextualização histórica especificamente sobre as primeiras manifestações, os princípios e às críticas feitas à teoria. A teoria dos U&G ganhou mais notoriedade com as investigações dos pesquisadores como: Elihu Kats, Denys McQuail e Jay Blumler nos anos de 1970, todavia os seus primeiros estudos foram realizados na década de 1940 (MENEZES, 2014).

A teoria dos Usos e Gratificações tem origem na década de 1940, nas pesquisas do Bureau of Applied Social Research, de Karl Lazarsfeld, que percebeu desde cedo que o receptor das mensagens dos media era muito mais do que um simples grânulo de massa anónima e que os

aspectos individuais eram relevantes para a compreensão do fenómeno da comunidade mediatizada (PORTELA, 2019, p.40).

Ao longo dos seus estudos de rádio, por exemplo, Lazarsfeld nunca esteve muito interessado em quantas pessoas ouviam rádio, mas sim em quem escutava, que programas ouvia e o porquê e que uso faziam do que ouviam (SCHRAMM, 1997 citado por PORTELA, 2019, p.40).

Ademais, esta fase inicial dos estudos de audiência (1940), por exemplo, é também chamada de período “*clássico*” da teoria dos U&G, marcada sobretudo pelo estudo das motivações das audiências de rádio e jornal impresso, onde eram questionadas sobre o que pensavam, sentiam e apreciavam, com base no uso pessoal da media (MENEZES, 2014).

Por outro lado, a década de 1970, correspondente a segunda fase da redescoberta desta corrente, ficou conhecida como o período “*moderno*” da teoria que marca a saída da obscuridade da investigação dos estudos sobre os efeitos, com à audiência sendo “[...] finalmente estudada no seu devido lugar, com escolhas e respostas aos media exigindo compreensão e explicação independente de qualquer efeito mediático” (MCQUAIL e WINDAHL, 1993, citado por MENEZES, 2014).

Segundo Portela (2019, p.41) foi precisamente em 1974 que esta teoria foi formalizada, fundamentada e consolidada através da publicação do livro *The uses of mass communication* organizado por Jay G. Blumler e Elihu Katz (1974) que trouxe o pressuposto de que o uso individual dos media é psicológica e social e tal uso decorre de um conjunto de necessidades distintas que, por sua vez, geram um leque vasto de expectativas potencialmente correspondidas. Katz, Blumler e Gurevitch (1973-1974) enfatizam que neste processo são geradas gratificações que satisfazem (ou não) as necessidades de partida (idem).

Em síntese, a abordagem da teoria dos U&G concentra-se nas motivações que induzem a audiência a consumir determinados conteúdos promovidos pelos meios de comunicação. Ou seja, “as audiências selecionam de forma activa e consciente os diversos tipos de media e de conteúdos, de acordo com as necessidades e expectativas próprias” (PINTO, 2000, citado por PORTELA, 2019, p.42), pelo que se pode conceber o uso dos media como sendo orientado a um objectivo (Katz et all, 1973-1974).

Adicionalmente Santos et all (2015, p.22) defende que “a cada decisão sobre qual conteúdo se expor, o individuo procuraria satisfazer uma necessidade ou o utilizaria para um propósito, como o de relaxar, entreter ou se informar. Desta maneira, a exposição vai depender sempre

das expectativas ou motivação, anseios ou desejos que cada receptor mantém sobre os produtos consumidos”. Todavia, as características individuais e sociais dos membros de uma audiência desempenham, pois, um papel fundamental nas suas necessidades e, desse modo, nas suas orientações mediáticas e actividades interpretativas (JENSEN & ROSENGREN, 1990, citados por PORTELA, 2019, p.43)

ii. Princípios norteadores da Teoria dos U&G

Os princípios norteadores desta corrente, indicados abaixo, são do pensamento de Gomes (2001) citado por Menezes (2014).

- Reconhecer os receptores como activos;
- Priorizar os usos e as gratificações de necessidades sociais em detrimento do efeito directo;
- Perceber que a influência dos meios de comunicação está além ou aquém do conteúdo das mensagens, embora remetam às características tecnológicas e estéticas de cada veículo e aos seus contextos;
- Considerar que a simples exposição aos meios já representa importância para um receptor, independente do conteúdo veiculado;

É importante referir que esta nova audiência é guiada por motivações individuais na escolha dos conteúdos veiculados pela media. Baseando-se no pensamento de Mcquail (1993) citado por Da Silva (2004, p. 32):

as causas que dão lugar ao uso dos meios de comunicação se encontram nas circunstâncias sociais ou psicológicas que se experimentam como problemas, e que os meios de comunicação se utilizam para a solução de problemas (a satisfação de necessidades) em tais questões como a busca de informação, o contacto social, a diversão, a aprendizagem e o desenvolvimento social.

Apesar desta autonomia da audiência face aos meios de comunicação, é imperioso dizer que há uma relação estabelecida por um ciclo vicioso, onde os meios de comunicação dependem do público e, o público, por sua vez, precisa dos meios para satisfazer suas necessidades.

De um lado, o consumidor procura entretenimento e outras satisfações de carácter afectivo e emocional. Isto é, fazem uma “leitura negociada” dos conteúdos mediáticos, podendo responder de forma positiva ou negativa aos emissores. Do outro lado do processo comunicativo, os emissores criam seus programas baseados em pesquisas junto ao público. Buscam mapear quais as necessidades das audiências, para então gratificá-las. (MENEZES, 2014, p.140).

iii. Crítica à Teoria dos U&G

A teoria dos U&G é criticada pelos seus criadores (Katz, Blumler e Gurevitch) que colocam em causa e questionam a hipótese desta teoria que pressupõe que os media são eficazes se os receptores lhes atribuir tal eficácia, baseando-se precisamente na satisfação das necessidades. Para estes autores, os meios de comunicação de massa podem criar necessidades para depois satisfazê-las.

Ou seja, se em um determinado programa são criadas as necessidades que posteriormente serão satisfeitas, as respostas do público estariam comprometidas, podendo não evidenciar as reais necessidades. É nesse sentido, que os autores convocam os pesquisadores a questionarem se os meios realmente satisfazem os consumidores. Para isso, é imprescindível o estudo das necessidades humanas, já que o público está no cerne das discussões da teoria (KATZ, 1974 citado por MENEZES 2014, pag:143).

Uma outra razão destacada por McQuail refere-se às tipologias que são construídas para apontar os resultados referentes às motivações das audiências que, nem sempre funcionam como o esperado, falhando muitas vezes na adequação dos padrões reais de selecção: “é difícil encontrar uma relação lógica e constante entre três factores sequenciais ordenados: gosto/preferência; escolha real; avaliação subsequente” (MENEZES, 2014, p.143).

Embora a Teoria dos Usos e Gratificações atribui ao receptor um papel activo em relação ao consumo dos produtos mediáticos, é fundamental destacar que a media também desempenha um papel activo no processo comunicativo. Ou seja, o efeito gerado pelos meios de comunicação de massa, passa a ser entendido como consequência das satisfações frente às necessidades do receptor. Nas palavras, De Menezes (2014) “Os mass media são eficazes se e na medida em que o receptor lhes atribui tal eficácia, baseando-se precisamente na satisfação das necessidades” (idem).

iv. Influências culturais e sociais: o contributo dos Estudos Culturais

Os contributos dos Estudos Culturais são importantes para a presente pesquisa porque mostram que os ambientes sociais e culturais influenciam no acto de recepção e escolha dos produtos mediáticos, especificamente para o objecto de estudo desta pesquisa, audiência do programa *Moçambique em Concerto*.

Nesta senda, à semelhança da teoria anterior, apresentou-se também nesta subdivisão, uma breve contextualização histórica (origem, local, defensores, objectivo, entre outras informações relevantes) sobre os Estudos Culturais.

A literatura converge quanto a origem das actividades dos Estudos Culturais. Por exemplo, conforme indicam De Oliveira (2015, p.57) e Da Silva (2000, p. 4) a teoria sobre os estudos culturais existe oficialmente desde os anos de 1964 com a criação do Centro dos Estudos Culturais Contemporâneos, na universidade de Birmingham, na Inglaterra. Seus fundadores foram: Richard Hoggart, Raymond Williams e Eduard Thompson.

Segundo De Oliveira (2015, p.57, tradução da pesquisadora), a criação deste centro deu-se, em parte, através das obras científicas produzidas de forma individual pelos fundadores acima referidos, nomeadamente: Os Usos da Alfabetização³ (1957) – da autoria de Richard Hoggart; Cultura e Sociedade⁴ ([1958] 1983) – da autoria de Raymond Williams; e A Formação da Classe Trabalhadora Inglesa⁵ (1963) – de Eduard P. Thompson.

Por outro lado, a participação de Stuart Hall dá-se efectivamente a partir do momento que substitui Richard Hoggart na direcção do Centro (de 1969 a 1979). A contribuição de Hall verifica-se no desenvolvimento de estudos etnográficos, nas análises dos meios massivos e na investigação de práticas de resistência dentro de subculturas⁶ (DA SILVA, 2000, p.5)

Em linhas gerais, o objectivo dos estudos culturais era de estudar as formas, práticas e instituições culturais que eram à época desclassificadas, como a cultura popular, meios de comunicação, cultura operária, o feminismo (PORÉM & GUARALDO, 2001, p.3).

³ a primeira obra, da autoria de Richard Hoggart, é em parte autobiográfica e em parte história cultural do meio do século XX. No entanto, recorrendo à metodologia qualitativa, centraria a investigação nos “materiais culturais, antes desprezados, da cultura popular e dos meios de comunicação de massa”, aderindo à concepção de que no “âmbito popular não existe apenas submissão, mas também resistência” (ESCOSTEGUY, 2001, citado por DE OLIVEIRA, 2015, p.57).

⁴ A contribuição teórica de Williams, a partir de Cultura e Sociedade, é fundamental para os Estudos Culturais. Através de um olhar diferenciado sobre a história literária, ele mostra que a cultura é uma categoria chave que conecta tanto a análise literária quanto a investigação social. (DA SILVA, 2000, p.4). Nas palavras da Escosteguy (2001) citada por De Oliveira (2015, p.57) Williams assume a cultura como categoria primordial em relação à ligação da “análise literária com a investigação social”, sendo considerada decisiva para compreender o mundo literário e os estudos da sociedade.

⁵ A obra de Eduard P. Thompson, a Formação da Classe Trabalhadora Inglesa, reconstrói uma parte da história da sociedade inglesa. Tal como Williams, Thompson entendeu a cultura como uma rede vivida de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana dentro da qual o papel do indivíduo estava em primeiro plano. Mas Thompson resistia ao entendimento de cultura enquanto uma forma de vida global e no seu lugar, preferia entendê-la enquanto uma luta entre modos de vida diferentes (ESCOSTEGUY, 1998, p.89).

⁶ a subcultura pode ser tratada como um grupo de indivíduos com ideias ou características que os diferem das características ou ideias apresentadas pela cultura na qual eles fazem parte, sem, contudo, se distanciar dessa cultura.

É necessário ressaltar que os estudos culturais devem ser vistos do ponto de vista político e teórico. A perspectiva teórica resulta da insatisfação com os limites de algumas disciplinas, propondo então a interdisciplinaridade (ESCOSTEGUY, 1998, p.89) e, do ponto de vista político os seus temas de pesquisa derivam do desejo de abordar um problema político, como por exemplo: uma injustiça social que precisa ser corrigida, um grande problema estrutural ou institucional desigualdade que precisa ser desafiada, uma hierarquia de poder que precisa ser nivelada (RODMAN, 2017, p.3, tradução da pesquisadora).

Retomando aos objectivos dos estudos culturais, é interessante mencionar que na primeira etapa desta teoria, ainda plenamente concentrada na Universidade de Birmingham, a pesquisa estava delimitada, principalmente, nas seguintes áreas: as subculturas, as condutas desviantes, as sociabilidades operárias, a escola, a música e a linguagem (DA SILVA 2000, p.7).

Entretanto, "é através da conversão mais explícita em problemática dos desafios vinculados à ideologia e aos vectores de um trabalho hegemônico, que os meios de comunicação social, especialmente os audiovisuais (aos quais se havia dedicado até o momento um interesse acessório), chegam a ocupar paulatinamente um lugar destacado" (MAITELART citado por DA SILVA, 2000, p.7).

Segundo os autores Porém e Guaraldo (2001, p.5) na década de 1980 a atenção passou a ser centrada na audiência, com foco nos estudos etnográficos que procuravam ir mais além da relação activo versus passivo, para compreender o que significava ver televisão tanto para o investigador como para o grupo pesquisado.

Adicionalmente, Porto (2003) citado por Costa (2012, p.2) destaca que o novo paradigma dos estudos culturais enfatiza disputas ideológicas no processo de comunicação, tratando o receptor (audiência) como um agente que interpreta activamente o conteúdo mediático, "teorização distinta substancialmente de alguns marxistas que costumavam tomar como um dado da realidade o poder da media, ignorando assim os processos de recepção das suas mensagens".

Na abordagem de Barker (2008) citado por De Oliveira (2015, p. 58) a cultura, na perspectiva do Centro dos Estudos Culturais, passa a ser percebida enquanto campo de significação social, onde distintos grupos evidenciam na sociedade os seus significados, revelando a ideia de o indivíduo assumir um papel activo e relevante.

Na vertente mediática, pode-se dizer que a audiência, através da visão que goza do mundo que a rodeia e em que está inserida, reagirá ao que visualiza de acordo com os valores, as crenças

e hábitos que refletem o campo cultural onde se insere. Nas palavras de Rodrigues citado por Porém e Guaraldo (2001, p.3) “o foco desses estudos recaía sobre o uso que as pessoas faziam dos meios, destacando a diversidade de interpretações e a capacidade de resistência dos diferentes públicos”.

“É no campo cultural que podem ser encontrados quer os significados e os valores, que surgem e se difundem nas classes e nos grupos sociais, quer as práticas efectivas através das quais esses valores e esses significados se exprimem e nos quais estão contidos” (WOLF, 2003, citado por DE OLIVEIRA, 2015, p.58).

De forma sintética, os estudos culturais discordavam da ideia de os meios de comunicação de massa serem meramente vistos como simples instrumentos de manipulação e sobre o controle da classe dirigente, no entanto entendem que à audiência é activa e as mensagens da media são polissêmicas dando espaço para que os receptores interpretem os conteúdos de forma individual.

Através da explanação feita acima, é perceptível que os valores, as crenças, o idioma, hábitos, tradição e outros elementos culturais e sociais não devem ser descartados, mas são importantes no processo de escolha e exposição da audiência face a um determinado meio de comunicação. E através da técnica de entrevista será possível perceber de que forma os factores socioculturais influenciam à audiência do programa *Moçambique em Concerto*.

v. Modelo de Codificação e Descodificação do discurso televisivo de Stuart Hall

O modelo de codificação e descodificação do discurso televisivo, da autoria de Stuart Hall (1973), é considerado por muitos pesquisadores como sendo um marco nos estudos de comunicação, pois seu objectivo é de questionar a linearidade da comunicação outrora defendida pela teoria da Agulha Hipodérmica.

Para esta pesquisa, a abordagem de Stuart Hall é útil porque, mais do que mostrar que à audiência é activa no processo de escolha e consumo do conteúdo mediático, Hall demonstra que existem diferentes formas de interpretação da mensagem, ou seja, à audiência pode aceitar a mensagem veiculada, mas também pode negociar ou até rejeitar totalmente a mensagem, como veremos nas leituras abaixo.

Com as bases fornecidas por este modelo será possível compreender ao longo do trabalho qual é a interpretação que à audiência do programa *Moçambique em Concerto* faz. Mas, antes disso é crucial entender a contextualização história deste modelo e suas formas de manifestação.

Assim, Sovik (2003, p.196) aponta que Stuart Hall inicia a sua obra criticando o modelo de concepção do processo comunicativo em três pontos: a linearidade – emissor/mensagem/receptor; concentração no nível da troca de mensagens; e ausência de uma concepção estruturada dos diferentes momentos enquanto complexa estrutura de relações.

Ou seja, Stuart Hall desconstruiu o pensamento transmitido pelo modelo linear da comunicação, marcado pela ideia de transmissão da mensagem e esboçou o conceito de circulação. Ou seja, não é um processo apenas entre produtor e receptor (horizontal), mas sim, um sistema que passa por várias etapas e nunca é fechado. Isto porque à audiência é a fonte e ao mesmo tempo, o receptor da mensagem de televisão (HALL, 1973, citado por CABO, 2021, p.22).

No modelo linear da comunicação, o emissor constrói a mensagem, escolhe o código e o canal e envia ao receptor. Todavia, Hall entende que o processo de comunicação pode ser pensado em termos de uma estrutura produzida e sustentada através de articulação de momentos distintos, mais interligados – *“produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução* (DE OLIVEIRA, 2015, p.59, grifo da autora do trabalho). Pode-se chamar esta estrutura como sendo as etapas pelas quais a mensagem percorre (CABO, 2021, p.22).

Hall citado por Sovik (2003, p.196, grifo da pesquisadora) explica que o processo de comunicação deve ser pensado como uma "complexa estrutura em dominância", *sustentada através da articulação de práticas conectadas, em que cada qual, no entanto, mantém sua distinção e tem sua modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência.*

Explicando em termos mais simples, Stuart Hall entende que as etapas de comunicação (produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução) embora estejam interligadas funcionam de formas diferentes de acordo com suas especificidades e limitações.

A título de exemplo, o jamaicano mostra que é sobre a forma discursiva⁷ que a circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências, ou seja, “o processo, desta maneira, requer, do lado da produção, seus instrumentos materiais — seus "meios" — bem como seus próprios conjuntos de relações sociais (de produção) — a organização e

⁷ A noção de discurso na perspectiva de Fiske (1992) citado por Marino (2001, p.3) é entendida como uma forma socialmente produzida de falar ou pensar sobre um tópico. É definido por referência à área da experiência social para a qual faz sentido, à localização social a partir do qual esse sentido é produzido e ao sistema linguístico ou significativo pelo qual esse sentido é, ao mesmo tempo, produzido e circulado”.

combinação de práticas dentro dos aparatos de comunicação”. (HALL citado por SOVIK, 2003, p.197).

Para Fiske (1992) o discurso televisivo é entendido como um conjunto de códigos socialmente conhecidos e que produzem algum sentido para a sociedade de acordo com sua experiência, localização ou cultura no âmbito geral. Este discurso é materializado através da fala ou outras formas possíveis no contexto televisivo.

Dessa forma, este discurso ou mensagem é transmitida como uma narrativa que circula como um produto comercial tornando-se, assim, num símbolo que poderá ser interpretado de diferentes formas por diversas pessoas (DURING, 1999; HALL, 1973; TURNER, 2003 citados por CABO, 2021, p.22).

Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido — transformado de novo — em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum "sentido" é apreendido, não pode haver "consumo". Já que cada momento tem sua própria modalidade e condições de existência, cada um pode constituir sua própria ruptura ou interrupção da "passagem das formas" de cuja continuidade o fluxo de produção efectiva (isto é, a "reprodução") depende (ibid)⁸.

É extremamente necessário entender que, só poderá acontecer a interpretação da mensagem se a media tiver produzido uma mensagem/discurso tendo em atenção os aspectos sociais e culturais que envolvem os receptores (audiência) para que esta por sua vez consiga descodificar a mensagem. Como referencia Hall (1980) citado por De Oliveira (2015, p.60) “[...] à audiência ao descodificar a mensagem vai fazê-lo de acordo com as especificidades da comunidade e da cultura em que está inserida. A codificação não pode ser produzida com o objectivo de produzir uma mensagem para uma audiência homogênea, pois cada receptor tem uma bagagem social e cultural que determinará a descodificação da mensagem”.

⁸ É possível entender as etapas do processo comunicativo proposto por Stuart Hall no seguinte exemplo: Cobertura de um conteúdo televisivo, especificamente sobre os assaltos constantes verificados no bairro de Intaka, distrito da Matola. Os repórteres tendo conhecimento desta situação começam a organizar todo material técnico, recursos humanos e outros necessários para fazer cobertura desta realidade. Posteriormente fazem-se presentes ao bairro e colhem toda informação pertinente dos moradores, intervenção da polícia e outros intervenientes possíveis sobre esta situação, a isso chamaremos de colheita de dados brutos e corresponde a fase de *produção*. O segundo passo do jornalista é de processar estes dados para um discurso adequado ao meio televisivo e que tenha um significado e seja compreendido pela audiência no sentido geral, esta é a fase onde o *produto vai circular de forma discursiva e chamaremos também da fase de codificação*. Conforme disse Stuart Hall, se a mensagem veiculada produzir um significado para a audiência (fase de decodificação), então haverá *consumo* do conteúdo. Entretanto, se a mensagem não produzir nenhum sentido para os receptores então não haverá consumo.

Uma mensagem, antes de produzir efeitos na audiência ou de ser usada por esta, deve ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente descodificada. São esses significados descodificados que têm efeitos. Ou seja, que podem influenciar, distrair, ter consequências comportamentais. Entretanto, se não seguir estes critérios haverá rejeição da mensagem, não se produzirá o seu consumo e não existirá a criação de efeitos, usos e gratificações da mensagem por parte da audiência (idem).

O ponto que interessa esta pesquisa, em particular, é destacado por Porém e Guaraldo (2001, p.5), De Oliveira (2015, p.61) e Costa (2012, p.3) ao identificar as três posições hipotéticas⁹ de interpretação da mensagem mediática defendidas por Stuart Hall na sua obra Codificação e Descodificação do discurso televisivo, como por exemplo:

- ***Uma posição dominante ou preferencial*** – à audiência pega no significado conotado e descodifica essa mensagem, aderindo à mensagem dominante¹⁰, ou seja, à audiência aceita passivamente a mensagem que é transmitida.
- ***Posição de negociação*** – quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores¹¹. Isto porque os receptores identificam a mensagem dominante, contudo não a interpretam da forma exacta que o produtor da mensagem pretende, isto porque tem o espaço de aderir a mensagem transmitida assim como não, baseando-se em suas motivações/interesses naquele momento.
- ***Posição de oposição*** - à audiência entende o discurso, mas descodifica a mensagem de forma contrária, levando à rejeição;

À actividade de “codificação” de mensagens desenvolvida por radiodifusores e o processo da sua “descodificação” pelos membros da audiência são processos relativamente autónomos, mas que devido a essa posição privilegiada da mensagem são também “momentos determinados”. Entretanto Porto (2003, p.10) adverte que apesar disso, a descodificação de um texto codificado de acordo com um significado preferencial ou dominante nem sempre a audiência pode descodificar usando a mesma posição preferencial, mas com uma posição de negociação ou até mesmo de oposição.

⁹ Algumas obras aparecem denominadas como “leituras hipotéticas de interpretação”.

¹⁰ Um exemplo concreto para entender esta posição pode ser verificado no programa Moçambique em Concerto, que constitui objecto de estudo desta pesquisa, onde em meados de outubro do ano de 2023 o apresentador Gabriel Júnior fez uma campanha ou sensibilizou as pessoas à aderirem ao casamento colectivo, cerca de 100 casamentos patrocinados pelo apresentador assim como pela Tv Sucesso. E a realidade mostrou que à audiência aderiu a esta mensagem dominante.

¹¹ Ainda sobre o exemplo da posição dominante, especificamente sobre o casamento colectivo, existem casais que ainda não contraíram matrimónio, mas não aderiram a esta campanha mesmo tendo gostado da iniciativa.

Em suas próprias palavras “a maioria dos indivíduos nunca está completamente dentro de uma leitura preferencial ou totalmente a contrapelo do texto hegemónico sempre nadamos a favor e, também, contra a maré” (PORTO, 2003 citado por COSTA, 2012, p.3). Todavia, para Hall (2003) as leituras negociadas são provavelmente o que a maioria de nós faz no cotidiano (ibid).

vi. *Estudos sobre audiência televisiva: o caso de estudo The Nationwide Audience*¹²

The Nationwide Audience é uma pesquisa desenvolvida por David Morley (1992, p.69) com objectivo de testar empiricamente o modelo de codificação e descodificação da autoria do jamaicano Stuart Hall.

Esta pesquisa de recepção de Morley intitulada “The Nationwide Audience” da BBC britânica, foi empreendido entre 1975 e 1979 (VECHIA, 2011, p.6) e é considerado o primeiro estudo empírico de audiência no marco dos estudos culturais (ALASUUTARI, 1999; GOMES, 2014; e ESCOSTEGUY, 2010, citados SIFUENTES, 2014, P.4). Ademais, estes autores afirmam que Morley é também considerado o primeiro investigador dos estudos culturais a analisar os processos da cultura e da comunicação em seus cenários sociais e materiais concretos.

A contribuição do pesquisador Vechia (2011, p.6) revela que a pesquisa de Morley se deteve nas características do programa, nos modos específicos de se dirigir à audiência e nas formas de organização textual bem como na interpretação do objecto por indivíduos de diferentes origens sociais, no sentido de estabelecer o papel das marcações culturais nas leituras realizadas.

Tanto De Oliveira (2015, p.62) tanto Sifuentes (2014, p.4) convergem ao afirmar que David Morley partiu para a sua pesquisa com os pressupostos avançados por Stuart Hall em sua obra Codificação e Descodificação, a citar: a) o mesmo acontecimento pode ser codificado de mais de uma forma; b) a mensagem sempre contém mais de uma “leitura” potencial. As mensagens propõem e preferem determinadas leituras no lugar de outras, mas nunca podem chegar a fechar-se por completo em uma só leitura: seguem sendo polissêmicas; c) compreender a mensagem é uma prática problemática, por transparente e “natural” que possa parecer. As mensagens codificadas de um modo sempre podem ser lidas de um modo diferente.

¹² De Oliveira (2015, p.61) e Porto (2003, p.10) dão ênfase ao facto de a pesquisa desenvolvida por David Morley estar voltada a aplicabilidade do modelo de codificação e descodificação de Stuart Hall em um caso prático. Numa linguagem directa de Porto (2003, p.10) “[...] Morley desenvolveu um projecto de pesquisa para testar empiricamente o modelo de Hall”.

Segundo o estudioso Porto (2003, p.11) Morley apresentou a hipótese de que as descodificações da audiência iriam variar de acordo com algumas variáveis básicas, nomeadamente: factores sócio-demográficos (idade, sexo, raça e classe), envolvimento em várias fontes de marcos e identificações culturais (sindicatos, partidos, sub-culturas juvenis, etc.) e o contexto.

Para investigar essas questões, relativamente à metodologia por ele usada, De Oliveira (2015, p. 62) assim como Porto (2003, p.11) indicam que o autor usou a técnica de grupos focais e de observação tendo entrevistado cerca de vinte e nove (29) grupos focais que foram constituídos de acordo com algumas “posições sociais” básicas, como por exemplo: gerentes de banco, aprendizes, estudantes e balconistas de lojas e observou suas reacções à difusão dos episódios.

Na perspectiva do autor De Oliveira (2015, p.62) a investigação de Morley apurou que “as descodificações e as reconstruções efectuadas pelos espectadores são pessoais e estão muito próximas das histórias sociais, familiares e individuais de cada um, bem como da sua condição de género”. Ademais, revelou ainda que a descodificação do texto feita pela audiência era diferente de grupo para grupo, evidenciando-se que a posição social e a componente económico-social tinham influência no modo como a mensagem era lida (LIVINGSTONE, 2000 citado por DE OLIVEIRA, 2015, p. 62).

vii. *Crítica ao modelo de Codificação e Descodificação de Stuart Hall*

Continuando com a abordagem do autor Porto (2003) citado por Costa (2012, p.7) o modelo de codificação e descodificação, apesar do seu reconhecimento académico no âmbito da pesquisa de recepção foi criticado ao longo dos tempos, pelos seguintes motivos:

- O modelo é limitado para situações em que os próprios meios de comunicação de massa, a televisão, por exemplo, emite mensagens opostas a ideologia dominante. Porto (2003) sugere que se deve perceber a média também como um espaço contraditório internamente, para além de ver apenas como espaço de veiculação de mensagens preferenciais.
- O pensamento dominante para melhor exercer sua hegemonia sobre as classes populares assimila uma parte da ideologia proletária (GRAMSCI, 1978, citado por COSTA, 2012, p.7).

- O modelo de Hall sugere que a descodificação ocorre em um único acto, em lugar de um conjunto de processos separados, confundindo o eixo compreensão/incompreensão com o eixo acordo/desacordo.

viii. Estudos Culturais versus a Teoria dos Usos e Gratificações (U&G)

O Centro dos Estudos Culturais Contemporâneos (CECC), o modelo de Codificação e Descodificação de Stuart Hall e outras reflexões posteriores sobre a recepção de conteúdos mediáticos, realizaram, em parte, uma ruptura com a teoria dos Usos e Gratificações.

A explicação desta ruptura deve-se ao facto de em grande parte a teoria dos Usos e Gratificações ficar no extremo oposto do modelo que destaca o poder ideológico da media e resultou na crença de que as pessoas são livres para escolherem o que desejarem absorver da media e para fazer a interpretação que bem desejarem das mensagens que recebem, desde que estas mensagens tenham mais de um significado conotativo e as audiências sejam capazes de escolher entre um ou outro sentido (WHITE, 1998, p.8)

Uma outra razão para esta ruptura tem a ver com o facto de a teoria dos U&G centrar-se exclusivamente nos estados psicológicos dos indivíduos, os quais são determinados pelas necessidades internas de organização da personalidade de cada um. E há uma tendência para se abstrair tanto o contexto social das diferentes culturas como os discursos que dão forma às escolhas (MORLEY citado por WHITE, 1998, p.8).

Apesar das explicações acima, é pertinente observar que existem alguns pontos comuns entre a teoria dos Usos e Gratificações, os contributos dos Estudos Culturais, o modelo de Stuart Hall assim como de David Morley e outros investigadores e estudiosos desta área.

O principal ponto comum destes estudos refere-se ao facto destas teorias entenderem e atribuírem à audiência um papel activo diante da media, contrariamente á teoria Hipodérmica, ou dos efeitos no sentido geral, que tratam à audiência como um consumidor passivo.

Um ponto interessante sobre esta discussão reside na questão de tanto a Teoria dos Usos e Gratificações como o Modelo de Codificação e Descodificação atribuírem poderes as audiências, só que em diferentes níveis. Enquanto a primeira dá a liberdade em relação a exposição aos meios de comunicação, a outra oferece uma autonomia à audiência na atribuição de sentido das mensagens mediáticas.

ix. **Objecto de Estudo**

Para a presente pesquisa, constitui objecto de estudo a audiência do programa *Moçambique em Concerto*, que assiste no local onde ocorre a gravação do programa, teatro avenida Cine-África, e também que assiste através do aparelho televisivo, a partir de casa.

Este programa é transmitido aos domingos na televisão Sucesso e está sob apresentação de Gabriel Júnior, popularmente conhecido como “o filho do povo”.

x. **Descrição do programa Moçambique em Concerto**

Moçambique em Concerto é um programa dinâmico e com variadas rubricas desde as mais calmas até as mais agitadas, como por exemplo:

- *Dança dos 50* – é um concurso de dança e os participantes apresentam-se em casais com idade mínima de 50 anos;
- *Vozes que encantam* - funciona como descoberta de novos talentos na área do canto. Onde, geralmente, os candidatos passam por um processo de classificação por parte do júri e posteriormente por uma votação aberta ao público para conhecer o grande vencedor;
- *Porta da Esperança* - é dada uma oportunidade às famílias com diversas necessidades particularmente financeiras e fisiológicas para terem sua vida minimamente melhorada;
- *Paredão* - é nesta rubrica onde desfilam várias celebridades a nível do país (política, cultura, economia entre outras) para contar um pouco de sua experiência de vida; e entre outras rubricas.
- *Palavra-chave* – na recta final do programa, o apresentador, Gabriel Júnior deixa uma mensagem curta em forma de aconselhamento seja no âmbito motivacional, encorajamento ou comportamental para a audiência.

Além das dinâmicas, este programa é conhecido por oferecer variados presentes a sua audiência por meio de um sorteio que é feito para os internautas que participam através do Facebook bem como para a plateia. A título de exemplo, na edição do dia 14 de junho de 2022, o prémio era de material de construção. Em outras edições do programa, principalmente antes da pandemia da Covid-19, Gabriel Júnior oferecia dinheiro para quem soubesse cantar, dançar entre outros talentos que por ele eram testados na sua plateia.

xi. Espaço Geográfico

O público-alvo desta pesquisa é a audiência do programa *Moçambique em Concerto*, que assiste tanto no local de sua gravação assim como em suas residências. As pessoas inquiridas e entrevistadas são residentes da cidade e província de Maputo, especificamente nos seguintes bairros: Mozal, Ferroviário, Central A, 17, Matola-Rio, Matola-G, cidade de Matola, Djonasse, Maxaquene, Boane, Zona Verde, Noroeste 2, Xipamanine, Massaca, Tsalala, Hulene, Fajardo, FPLM, Malhangalene A, Khongolote, Boquisso, Malhemele, Inhagoia, Malanga, Alto-Maé, Matola A, Patrice Lumumba, Mussumbuluco, Urbanização, Katembe, Abel Jafar, Mavalane, Benfica, Casa Branca, Magoanine C, Jardim, Polana Caniço A, Liberdade, Polana Cimento, Chamanculo, Zimpeto, Laulane, Nkobe, Xiquelene (Praça dos Combatentes), T3, Manhiça, Mafalala e Marracuene.

III. CAPÍTULO: METODOLOGIA

Para compreender os factores determinantes da exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto*, o presente estudo faz uma abordagem mista, ou seja, a junção dos métodos qualitativo e quantitativo. Quanto à finalidade da pesquisa é básica ou pura, sobre o nível de pesquisa é explicativa e quanto aos procedimentos é uma pesquisa de campo. Além disso, a técnica de colecta de dados usada foi a técnica de entrevista semi-estruturada e os inquéritos e relativamente a técnica de análise de dados recorreu-se à análise de conteúdo.

a) Quanto à abordagem epistemológica

O método adoptado para desenvolver esta pesquisa é o método misto, especificamente a junção dos métodos qualitativo e quantitativo. Apoiando-se da ideia de Da Silva (2010, p.7) às abordagens qualitativas e quantitativas¹³ não se opõem, elas se complementam como teorias e métodos de análise e interpretação. E os elementos de ambas abordagens podem ser usados conjuntamente em estudos mistos.

Para Silva apud Biasoli-Alves e Romananelli (1998) a relação entre o quantitativo e o qualitativo é complementar, isto é, o quantitativo se ocupa de ordens, grandezas e suas relações e o qualitativo formula um quadro de interpretações para medidas ou a compreensão para o que não é quantificável (idem).

Assim, a pesquisa qualitativa na visão dos autores Gerhard & Silveira (2009, p.31) é percebida como aquela que não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização entre outros. Objectivando desta forma conhecer os significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes (MINAYO citado por LAKATOS & MARCONI, 2011).

Por outro lado, a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo uso da quantificação tanto na colecta quanto no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão entre outros (DEMO, 2000, p. 51).

¹³ Autores como Santana (2017, p.4) e Sanches (2022, p.14) mencionam em seus estudos que o uso simultâneo dos métodos qualitativo e quantitativo em uma pesquisa possibilita a produção de dados mais ricos através do uso de diversas observações e técnicas de pesquisa. Nas palavras de John Creswell citado por Santana (2017, p.4) “a incorporação de ambos métodos sugere que os dados qualitativos forneçam apoio para os dados quantitativos e vice-versa”.

A opção em adoptar o método misto é justamente pelo facto de ser possível obter dados estatísticos sobre a audiência do programa, como por exemplo: factores sociodemográficos (sexo, idade, escolaridade, estado civil, local de residência, profissão), grau de frequência no consumo deste conteúdo televisivo, entre outros dados possíveis de medição e pertinentes a esta pesquisa. E por último, o método qualitativo permitiu compreender de forma aprofundada os factores ou motivos que levam as pessoas a se expor a este programa televisivo e, isto foi possível através das entrevistas e dos inquéritos que foram realizados pelas pessoas que assistem o programa no local da sua gravação.

a) *Quanto à finalidade da pesquisa*

Esta pesquisa é básica ou pura porque busca compreender os factores determinantes para a exposição da audiência do programa *Moçambique em Concerto* que reside na capital do país, Maputo, sem nenhum compromisso com a sua possível aplicabilidade.

Segundo Gil (2008, p.45) “a pesquisa pura busca o progresso da ciência, procura desenvolver os conhecimentos científicos sem a preocupação directa com suas aplicações e consequências práticas. Seu desenvolvimento tende a ser bastante formalizado e objectiva a generalização, com vista à construção de teorias e leis”.

b) *Quanto aos níveis de pesquisa*¹⁴

É uma pesquisa explicativa visto que o fim último deste trabalho é explicar os motivos ou razões da exposição da audiência ao programa em alusão. “[...] este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas” (GIL, 2008, p.47). Ou ainda como destacam Ramos e Naraujo (2014, p.57) “[...] o seu interesse centra-se em explicar por que razão ocorre um fenómeno e em que condições se dá”.

c) *Quanto aos procedimentos*

É uma pesquisa de campo, isto porque, para compreender as motivações determinantes para a exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto* recorreu-se a um contacto directo com as pessoas envolvidas sendo que numa fase inicial foi no local da gravação onde foram distribuídos os inquéritos e numa segunda fase foram seleccionadas parte desta amostra para as entrevistas.

¹⁴ Ou simplesmente objectivos da pesquisa tal (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

No que diz respeito à pesquisa de campo, é o tipo de pesquisa que pretende buscar informação directamente com a população pesquisada. “Ela exige do pesquisador um encontro mais directo. Neste caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenómeno ocorre ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas” (GONSALVES, 2010, citado por PIANA, 2009, p.169).

i. Técnica de Pesquisa

Quanto à técnica de colecta de dados¹⁵ recorreu-se a técnica de entrevista¹⁶, especificamente a entrevista semi-estruturada, e de inquéritos por questionário, administrado à audiência do programa que assiste tanto no local da gravação do programa, teatro Avenida Cine-África, assim como em suas residências.

Os inquéritos foram importantes para se obter dados sociodemográficos e outros dados relevantes para conhecer o perfil da audiência do programa *Moçambique em Concerto*, na capital do país. Por outro lado, a técnica de entrevista foi útil para entender o nível de interpretação e o envolvimento desta audiência com o programa e, posteriormente compreender as motivações determinantes da exposição da audiência.

Tendo em consideração o perfil académico e social do público-alvo desta pesquisa, os inquéritos e as entrevistas foram feitas com recurso a gravação de áudios. Através desta técnica tornou-se possível colher informações e opiniões de pessoas que não sabem ler nem escrever. Relativamente, aos aspectos de comunicação, sempre que necessário, recorreu-se a língua materna local, sobretudo xichangana, para situações de pessoas que não dominam a língua portuguesa.

No que concerne à técnica de análise de dados foi usada a técnica de análise de conteúdo¹⁷ porque permitiu que através da técnica de entrevista se analisasse minuciosamente os discursos da audiência e assim entender os motivos de sua exposição ao programa *Moçambique em Concerto*.

¹⁵ A primeira fase é definida como a fase de busca por informações para elucidação do fenómeno ou facto que o pesquisador pretende desvendar. Por sua vez, a análise de dados é percebida como um conjunto de técnicas usadas para a interpretação/processamento de dados colectados (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

¹⁶ As entrevistas semi-estruturadas podem ser definidas como uma lista das informações que se deseja de cada entrevistado, mas a forma de perguntar (a estrutura da pergunta) e a ordem em que as questões são feitas irão variar de acordo com as características de cada entrevistado. (OLIVEIRA, 2011). Em contrapartida, o inquérito é entendido como uma técnica de aquisição de informações de interesse sociológico, mediante um questionário previamente elaborado, através da qual se pode conhecer a opinião ou a avaliação do sujeito seleccionado numa amostra sobre um dado assunto (RAMOS e NARANJO, 2014, p.145).

¹⁷ Desta forma, a análise de conteúdo é definida como sendo um “conjunto de técnicas de análise de comunicações que visam obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens” (BARDIN, 1979, citado por GERHARDT E SILVEIRA, 2009, p.84).

De maneira simplificada, Franco (2005, p.11) entende à análise de conteúdo como sendo a mensagem, seja verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou directamente provocada.

Ainda nesta lógica e sobretudo do ponto de vista operacional, Gerhard e Silveira (2009, p.84) referem que a análise de conteúdo inicia pela leitura das falas, realizada por meio de transcrições de entrevistas, depoimentos e documentos.

ii. Amostra

À amostra deste trabalho é constituída por 114 pessoas que assistem o programa tanto no local da gravação bem como em suas residências.

Esta amostra foi constituída através do método de acessibilidade ou por conveniência, ou seja, consiste na autonomia do pesquisador em seleccionar os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo (GIL, 2008, p.94).

Desta forma, fazem parte da amostra 114 pessoas, das quais sessenta e duas (62) mulheres e 52 homens, entretanto as entrevistas foram realizadas a 24 pessoas, das quais 12 que assistem no local da gravação do programa (6 mulheres e 6 homens) e 12 que assistem em suas residências (6 mulheres e 6 homens). Os entrevistados foram também escolhidos num critério de acessibilidade e disponibilidade.

iii. Categorias de Análise

Para esta pesquisa, as categorias de análise são inspiradas na teoria dos Usos e Gratificações, no modelo de Codificação e Descodificação de Stuart Hall (1973) assim como na teoria dos Estudos Culturais de forma geral. Ademais, levou-se em consideração as categorias de análise de pesquisas desenvolvidas por diversos estudiosos que dedicaram seu tempo para compreender as motivações da audiência face à sua exposição aos conteúdos mediáticos, sobretudo os programas televisivos.

Desta feita as categorias de análise desta pesquisa estão divididas em três partes, nomeadamente:

Tipo de Categoria	Descrição	Aplicação
1) <i>Perfil da Audiência</i>	Pode ser percebido como conjunto de características que permitem conhecer à audiência do programa <i>Moçambique em Concerto</i> , especificamente.	Através do questionário foi possível ter os dados sobre a faixa etária, morada, nível académico, profissão, entre outros dados que permitem conhecer à audiência.
2) <i>Dimensão socio-cultural</i>	Segundo o contributo da teoria dos Estudos Culturais, os ambientes sociais e culturais influenciam no acto de recepção e escolha dos produtos mediáticos (PORÉM & GUARALDO, 2001, p.03).	Neste sentido, esta categoria foi empregue para perceber, inicialmente, se a audiência assiste o programa por influência externa ou simplesmente por iniciativa própria baseada em suas necessidades. Stuart Hall (1973) em sua obra codificação e descodificação do discurso televisivo explicou que a mensagem ou o discurso produzido pela televisão deve ser feito tendo em conta a cultura da audiência para que esta consiga descodificar a mensagem. Assim, buscou-se da audiência entrevistada perceber se compreende a linguagem usada no

			programa e qual a sua interpretação sobre a mensagem.
3) <i>Motivação de exposição da audiência do programa Moçambique em Concerto</i>	<i>de da ao em</i>	A Teoria dos Usos e Gratificações adopta uma perspectiva que tem como principal interrogação aquilo que as pessoas fazem com os media. Ou seja, o principal foco de investigação é o uso individual dos media. Recorrendo às palavras de Denis McQuail, pode-se sublinhar a questão central desta corrente de investigação como sendo: <i>porque é que as pessoas usam os media e para que é que os usam?</i> (PORTELA, 2019, p.39).	Esta categoria sobre a motivação de exposição da audiência do programa <i>Moçambique em Concerto</i> , permitiu saber o motivo da exposição da audiência do programa.

Quadro 1: Categorias de análise

iv. Procedimentos verificados na colecta de dados

O processo de colecta de dados foi realizado com recurso ao inquérito e a entrevista semiestruturada. Portanto, a entrevistadora recorreu à técnica de gravação de áudio tanto para o inquérito assim como para a entrevista como forma de garantir maior conforto por parte dos entrevistados que não sabem ler nem escrever. Entretanto, recorreu-se também a entrevista por meio de chamada telefónica¹⁸, sobretudo aos entrevistados que assistem o programa nas suas

¹⁸ Boa parte das considerações feitas nos manuais de pesquisa acerca da elaboração da entrevista referem-se à situação face a face. No entanto, nas últimas décadas vem sendo desenvolvida outra modalidade: a entrevista por telefone. Até A principal razão para essa relutância era a alta probabilidade de vieses na amostragem, posto que parcela, significativa da população não tinha acesso ao telefone. Mais recentemente, porém, as entrevistas por telefone passaram a ser mais aceitas como procedimento adequado para pesquisa em ciências sociais. Dentre as principais vantagens da entrevista por telefone, em relação à entrevista pessoal, estão: custos muito mais baixos; facilidade na seleção da amostra; rapidez; (GIL, 2008, p.133).

residências, que no momento de colecta de dados não haviam condições para um encontro presencial.

Antes dos entrevistados responderem ao questionário, a entrevistada explicou o objectivo da pesquisa e os significados de alguns termos que, possivelmente, não entenderiam com clareza, como por exemplo: rubricas, nível de escolaridade, frequência de exposição ao programa entre outros.

Neste contexto, estabeleceu-se, previamente, um compromisso ético de que não seriam identificadas com os nomes próprios no presente estudo. Ademais, importa referir que, a colecta de dados junto a audiência foi feita com recurso a tradução da língua portuguesa para a língua xichangana, visto que algumas pessoas não entendem e não falam a língua portuguesa. No caso de pessoas que respondiam em língua portuguesa, algumas respondiam com dificuldade em articular algumas frases e as mesmas foram transcritas com os mesmos erros gramaticais. As pessoas que fizeram parte da amostra são apresentadas como “entrevistado” de acordo com o respectivo sexo.

IV. CAPÍTULO: APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objectivo desta pesquisa é compreender os factores determinantes da exposição da audiência do programa *Moçambique em Concerto* e para se alcançar este objectivo, foram inquiridas 114 pessoas, sendo 62 mulheres e 52 homens¹⁹, em diferentes faixas etárias (adolescentes, jovens, adultos e idosos). Desta amostra, 24 pessoas entrevistadas, subdividem-se em 12 que assistem no local da gravação do programa (6 mulheres e 6 homens) e 12 (6 mulheres e 6 homens) assistem em suas residências. Tanto as 114 pessoas inquiridas assim como os 24 entrevistados foram seleccionados num critério de acessibilidade e disponibilidade, ou seja, a pesquisadora abordava as pessoas e explicava o objectivo do trabalho e convidava a sua participação voluntária²⁰.

Desta feita, neste capítulo é apresentada à análise e discussão dos resultados obtidos aquando do contacto com a audiência. A técnica de análise de dados coletados consistiu na análise de conteúdo onde foram analisados os discursos resultantes das entrevistas.

À apresentação e à análise dos dados colectados foram feitas em duas partes, nomeadamente: a primeira refere-se à análise de dados quantitativos resultantes dos inquéritos e posteriormente à análise de dados qualitativos com base na entrevista. Igualmente, à apresentação e análise foi feita obedecendo rigorosamente os critérios de análise expostos na metodologia. Assim, julgou-se necessário descrever, inicialmente, o perfil da audiência que foi feito com base nas informações obtidas no inquérito por questionário.

1. Categoria1: Perfil da audiência do programa Moçambique em Concerto

Entende-se por perfil uma descrição detalhada de uma pessoa, empresa ou entidade que fornece informações relevantes sobre suas características, histórico, habilidades, interesses e objectivos. É uma representação resumida e concisa de quem ou o que é o objecto do perfil²¹. Assim sendo, para esta pesquisa o perfil da audiência do programa *Moçambique em Concerto* compõe os seguintes dados sociodemográficos que permitem conhecer o público-alvo: estado civil, nível de escolaridade, profissão, faixa etária, morada e frequência de exposição da

¹⁹ A diferença numérica do sexo masculino e feminino deveu-se ao facto deste último sexo ter apresentado maior disponibilidade em participar desta pesquisa, sendo que os homens sobretudo de idade avançada recusaram-se na sua maioria a participar.

²⁰ Todavia, em algum momento verificou-se indisponibilidade ou recusa das pessoas em colaborar com essa pesquisa.

²¹ <https://resumos.soescola.com/glossario/perfil-o-que-e-significado/> acessado no dia 28 de maio.

audiência ao programa. Entretanto, foram analisados e representados em tabelas somente dados que são pertinentes para esta pesquisa como a profissão, nível académico, estado civil e a frequência de exposição ao programa.

1.1. Caracterização do perfil da audiência do programa *Moçambique em Concerto*

Quanto ao estado civil, a maioria da audiência inquirida/entrevistada (96), o correspondente à 109% é solteira. Cerca de cinquenta e duas (52) pessoas tem o nível de escolaridade pré-universitário, numa percentagem de 59%, entretanto o sexo masculino (33) é que tem a maior percentagem neste nível académico, 37,6%, ao passo que as mulheres (24) têm o nível primário concluído, 27,3%.

Relativamente a profissão, a maioria da audiência inquirida/entrevistada (36) é desempregada, numa percentagem de 41%, sendo que às mulheres em sua maioria (27) não trabalha, 30,7%. No entanto, os homens (22) são funcionários de empresas privadas e do sector público, 25%, respectivamente. Todavia, à amostra colectada é também composta por estudantes (21), cerca de 23,9%, onde 12,5% são mulheres.

Não menos importante, verificou-se que mais da metade da audiência inquirida (67) deste programa é assídua em acompanhar este conteúdo em todas as semanas, num total de 76,3%, contudo as mulheres (41) é que mais se expõem ao programa, 46,7%, relativamente aos homens (26), que são em percentagem de 29,6%. Segue a seguir, a descrição detalhada dos dados sociodemográficos que são relevantes para esta pesquisa.

1.2. Profissão

Tipos de profissão	Feminino	Masculino	Total
Empreendedor	11	9	20
Empregada doméstica	5		5
Estudante	10	11	21
Funcionário de uma empresa privada	1	13	14
Funcionário do sector público	7	9	16
Não trabalha	27	9	36
Reformado	1	1	2
Total	62	52	114

Tabela I: profissão;

De forma particular, em termos de profissão, a audiência inquirida/entrevistada do programa *Moçambique em Concerto*, na sua maioria, num total de 36 pessoas, não trabalha sendo que o número é mais elevado para as mulheres, que são cerca de 27, ao passo que os homens são 9.

Por conseguinte, vinte e uma (21) pessoas são estudantes, com uma pequena diferença nos géneros, ou seja, 10 mulheres e 11 homens. Entretanto, 16 pessoas trabalham no sector público, especificamente 7 mulheres e 9 homens.

Da amostra coletada, verificou-se que 20 pessoas são empreendedoras, onde 11 são mulheres e 9 homens. Quanto a profissão de empregada doméstica, apenas 5 mulheres dedicam-se neste trabalho. Por último, existe uma coincidência em termos de número de pessoas que são reformadas, isto é, um (1) homem e uma (1) mulher reformada.

1.3. Nível académico

Nível académico	Feminino	Masculino	Grand Total
Básico	1	1	2
Licenciatura	7	7	14
Médio-técnico-profissional	4	4	8
Nunca estudou	7	2	9
Primária	24	5	29
Secundária	19	33	52
Total	62	52	114

Tabela II: Nível académico

Quanto ao nível académico, na amostra seleccionada, a audiência do programa *Moçambique em Concerto* é constituída maioritariamente por pessoas que têm o ensino secundário, um total de cinquenta e duas (52), das quais 33 homens e 19 mulheres. Não obstante, as mulheres têm concluído o ensino primário, cerca de 24 pessoas, e uma minoria de 5 homens. Em termos de licenciatura, existe um número igual em ambos sexos, 14 pessoas, particularmente 7 mulheres e 7 homens. Ademais, o cenário é semelhante para o nível médio-técnico-profissional e básico, onde existem 4 mulheres e quatro 4 homens, totalizando 8 pessoas e um (1) homem e uma (1) mulher, respectivamente. A audiência é também composta por pessoas que não estudaram onde na sua maioria são mulheres, em número de 7, e apenas 2 homens.

Com relação as diferenças no nível de escolaridade entre o sexo masculino e feminino é importante mencionar que o Instituto Nacional de Estatística (INE), em seu relatório sobre a educação no país²², num período compreendido entre 1997 a 2017, constatou que os homens é que mais acederam ao processo de alfabetização, por exemplo, em 1997, apenas cerca da metade da população masculina (51,5%) declarou saber ler e escrever, e no ano de 2017 esta percentagem cresceu para cerca de 72,4%. Ao passo que as mulheres, a percentagem passou

²² https://mozambique.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/educacao_20-07_1.pdf acessado no dia 27 de junho de 2024.

de 23,4%, em 1997, para 50,3%, em 2017. Nota-se nestes dados que, embora o sexo masculino esteja em maior percentagem, as mulheres, por sua vez, tiveram um crescimento considerável: “O incremento da população feminina que sabe ler e escrever foi de 114,7% nos 20 anos de análise” (INE, 2023, p.35).

O relatório do INE demonstra ainda que o número de pessoas que nunca frequentou uma escola é maior para às mulheres, por exemplo, no ano de 2017, cerca de 34,5% declarou nunca ter frequentado uma escola enquanto às mulheres numa percentagem de 44,8%.

A taxa elevada de desemprego para o sexo feminino, 30,7%, em comparação ao sexo masculino, 10,2%, pode ser resultado, em parte, do seu baixo nível académico. Ou seja, nota-se que os homens, na sua maioria, têm o nível mínimo de ensino secundário e são funcionários de empresas privadas.

1.4. Estado Civil

Estado Civil	Feminino	Masculino	Total
Casado	5	3	8
Divorciado	3		3
Solteiro	47	49	96
Viúvo	7		7
Total	62	52	114

Tabela III: Estado civil

Relativamente ao estado civil, a tabela mostra que a maioria da audiência é solteira, num total de 96 pessoas sendo que 49 são homens e quarenta e sete (47) mulheres. Todavia, existem cerca de 8 pessoas que são casadas, onde verificou-se que cinco (5) são mulheres e 3 homens. Mas também existem, exclusivamente, viúvas e divorciadas que são um total de 7 e 3, respectivamente.

1.5. Frequência de exposição da audiência ao programa *Moçambique em Concerto*

À audiência do programa *Moçambique em Concerto* é assídua em assistir este conteúdo televisivo num total de 67 pessoas, entretanto são as mulheres que mais têm assistido o programa em todas semanas, em número de 41, em comparação aos homens, que são 26. No entanto, existe uma pequena parcela de pessoas, em ambos os sexos, que assistem o programa com pouca frequência, por exemplo: 28 pessoas, em número igual de 14 homens e mulheres, que assistem de vez em quando; 9 pessoas, onde 6 são homens e 3 são mulheres, assistem quase sempre; 7 pessoas, especificamente 4 homens e 3 mulheres, assistem duas vezes por mês; por

último 3 pessoas, onde 2 são homens e uma mulher, assistem 3 vezes por mês. Vide a tabela abaixo.

Frequência de exposição ao programa	Feminino	Masculino	Total
De vez em quando	14	14	28
Duas vezes por mês	3	4	7
Quase sempre	3	6	9
Todas semanas	41	26	67
Três vez por semana	1	2	3
Total	62	52	114

Tabela IV: Frequência de exposição ao programa Moçambique em Concerto

2. Categoria 2: Dimensão socio-cultural da audiência

Stuart Hall, em sua obra *Codificação e Descodificação do discurso televisivo* (1973), menciona que a interpretação da mensagem por parte da audiência, ocorre se a media tiver produzido uma mensagem/discurso²³ tendo em atenção os aspectos sociais e culturais que envolvem os receptores (audiência) para que esta por sua vez consiga descodificar a mensagem (HALL citado por SOVIK, 2003, p.197).

Assim sendo, nesta categoria procurou-se, numa primeira fase, aferir dos entrevistados se compreendem a língua²⁴ usada pelo apresentador no programa *Moçambique em Concerto*.

Como resposta, verificou-se que a maioria dos entrevistados (20), que assistem o programa em alusão, tanto no local de gravação tanto em suas residências, numa percentagem de 4,8% afirmam compreender a língua portuguesa usada pelo apresentador, sendo que apenas 4 pessoas, correspondentes a 0,9%, que assistem o programa em directo, não compreende. Dos que não compreendem 3 são mulheres, com idade acima de 40 anos, e 1 jovem de 28 anos, e têm o nível de ensino primário e não sabem ler e escrever.

Seguem abaixo os depoimentos dos entrevistados que têm dificuldades em compreender a língua usada no programa:

²³O discurso televisivo é entendido como um conjunto de códigos socialmente conhecidos e que produzem algum sentido para a sociedade de acordo com sua experiência, localização ou cultura no âmbito geral. Este discurso é materializado através da fala ou outras formas possíveis no contexto televisivo (FISKE, 1992).

²⁴As falas foram ditas na língua xichangana, e posteriormente foi traduzida para a língua portuguesa.

Entrevistada1: “algumas coisas consigo entender e outras que me escapam peço alguém para me explicar²⁵” - entrevistada de 69 anos de idade, é divorciada, estudou até a segunda classe e no período da realização desta entrevista não trabalhava.

Entrevistada2: “há umas coisas nem porque português não é o que falo, mas tento falar e ouvir” – entrevistada de 60 anos de idade, viúva, terminou seus estudos na quarta classe, até ao momento da realização desta entrevista era catadora de latas nas ruas.

Entrevistada3: “consigo entender algumas coisas e outras não” – a entrevistada tem 47 anos de idade, é oficialmente casada. Terminou de estudar na quinta classe. Aquando da realização desta entrevista não trabalhava.

Entrevistado4: “quando o apresentador fala, eu consigo entender pouco²⁶” – o entrevistado tem 28 anos de idade, é solteiro. Nunca estudou e vende roupas na loja dos indianos.

Com exceção do entrevistado do sexo masculino, as mulheres, embora com dificuldades em compreender a língua usada pelo apresentador, revelaram que entendem a “língua de ajuda”, ou seja, veem e percebem que é um programa com inclinação humanitária e por isso também se dirigiram para pedir ajuda ao apresentador²⁷.

Em outras palavras, entendendo que a televisão usa uma linguagem mista, ou seja, o uso simultâneo do áudio e da imagem este estudo mostra que é possível assistir e gostar do programa mesmo com dificuldade na compreensão da língua portuguesa.

Desta forma, assumindo que à audiência entrevistada consegue entender a mensagem veiculada no programa, segue uma segunda fase que é de compreender que tipo de leitura de interpretação/descodificação da mensagem esta audiência faz. Ressalta-se que Stuart Hall (1973) na sua obra Codificação e Descodificação do discurso televisivo, identificou três posições hipotéticas²⁸ de interpretação da mensagem mediática: *uma posição dominante ou preferencial, posição de negociação e posição de oposição*. (PORÉM e GUARALDO, 2001, p.5; DE OLIVEIRA, 2015, p.61; e COSTA, 2012, p.3)

Verificou-se que a maioria da audiência entrevistada (10), correspondente a 2,4%, sobretudo da audiência que vê o programa de casa (6), em percentagem de 1,4%, descodifica a mensagem

²⁶ As falas foram ditas na língua xichangana, e posteriormente foi traduzida para a língua portuguesa

²⁷ Uma das entrevistadas pediu ajuda da autora deste trabalho para redigir uma carta direcionada ao apresentador pedindo ajuda.

²⁸ Algumas obras aparecem denominadas como “leituras hipotéticas de interpretação”.

recorrendo a leitura de negociação, ou seja, entende a mensagem transmitida no programa em alusão, mas não adere as rubricas do programa por diversos motivos, como: vergonha, falta de conhecimento dos procedimentos necessários para sua efectiva participação e falta de meios (telefone, internet para os sorteios feitos através do facebook).

Ao passo que a audiência que assiste em directo (7), correspondente a 1,6%, faz uma leitura preferencial, isto é, adere aos apelos do apresentador para participar do programa, por exemplo, alguns entrevistados disseram que submeteram cartas ao apresentador explicando uma necessidade que precisava de seu apoio, principalmente para questões ligadas a saúde, finanças, reabilitação de casas e até mesmo em pequenos sorteios para ganhar crédito ou dinheiro.

Todavia, a audiência que vê de casa, somente uma pessoa faz a leitura preferencial. Por último, existem 5 pessoas (1,2%), sendo que 4 pessoas assistem o programa a partir de casa e uma que assiste em directo, descodificam a mensagem recorrendo a leitura de oposição, isto porque não têm nenhum gosto em participar de concursos ou competições e porque sua preferência não é de ver televisão.

Abaixo os depoimentos dos entrevistados:

Descodificação	Audiência que assiste em directo	Audiência que assiste em casa
<p>Leitura Preferencial</p>	<p>Entrevistada1: “Eu submeti a carta de pedido de ajuda ao Gabriel Júnior por causa da minha saúde”.</p> <p>Entrevistada2: “Hoje é a primeira vez a vir pedir ajuda”.</p> <p>Entrevistada3: “Eu pensava que isto aqui na verdade não é para qualquer pessoa que vai para lá, que ele já falou com eles. Eu não pensava que é só chegar e escrever uma carta e pedir, mas hoje eu vim acompanhar o avô desta criança para ser ajudada e também vou pedir ajuda para mim”.</p> <p>Entrevistada4: “Eu escrevi carta para o apresentador a pedir ajuda”.</p> <p>Entrevistado5: “Já participei, mas não consegui ganhar”.</p> <p>Entrevistado6: “Já participei, mas ainda não ganhei nada”</p>	<p>Entrevistada1: “Eu participei nos tempos em que o apresentador dava crédito e coincidia quando eu estava bem txonada e eu tentava, mas não conseguia porque quem ganhava eram aqueles que concorriam via Facebook. E estando em casa, aquilo chegava uns dez minutos depois, pelo menos nos televisores da minha zona”.</p>

	Entrevistada7: “Eu escrevo cartas para o apresentador todos domingos”	
Leitura de Negociação	<p>Entrevistado8: “Ainda não participei por falta de oportunidade e ocupações”</p> <p>Entrevistada9: “Ainda não participei de nenhuma rubrica do programa porque sinto vergonha”.</p> <p>Entrevistado10: “Ainda não participei porque às vezes falta de tempo”.</p> <p>Entrevistado11: “Ainda não participei e nunca tive a oportunidade de participar”.</p>	<p>Entrevistada5: “Eu ainda não participei e não tenho motivo específico, na verdade é uma preguiça mental e as vezes também o não acreditar se algum dia poderiam ler minha carta”.</p> <p>Entrevistado7: “Ainda não participei por falta de conhecimento profundo de como participar”.</p> <p>Entrevistada4: “Ainda não participei porque não tenho telefone com capacidade”.</p> <p>Entrevistado9: “Eu ainda não participei porque ainda não me dei conta de como participar para isso”.</p> <p>Entrevistado10: “Eu nunca participei porque existem alguns custos para tal e naquele momento eu não tenho. Mas por ver que as pessoas estão a publicitar que estão a ganhar cimento e outras coisas e isso precisa ter um começo que é concorrer com alguma coisa, mas naquele momento eu não tenho”.</p> <p>Entrevistado12: “Nunca me preocupei tanto nesta parte de participação. Não é por mal, na verdade nunca pensei nisso, mas poderia participar se tivesse iniciativa”.</p>
Leitura de Oposição	Entrevistado12: “Ainda não participei”.	<p>Entrevistada1: “Nunca participei, porque tudo que depende da sorte eu não gosto muito de me envolver. Para mim ganha algo que se trabalha para tal”.</p> <p>Entrevistada3: “Ainda não participei porque eu nunca gostei de concorrer a concursos da televisão e outros áreas”.</p> <p>Entrevistada6: “Ainda não participei e não sei explicar os motivos. As rubricas são interessantes, eu ainda não tive a curiosidade em saber sobre como funcionam as coisas, eu acredito que ele sorteia as cartas porque vejo uma caixa”.</p>

		Entrevistado11: “Eu ainda não participei, ainda não tive a ideia de escrever uma carta ou participar no programa”.
--	--	---

Tabela V: Depoimento da audiência entrevistada do programa Moçambique em Concerto quanto as leituras de descodificação da mensagem.

Ainda nesta categoria, foi feita uma outra pergunta: *quando assiste o programa Moçambique em Concerto, é por iniciativa própria ou alguém convidou?*

Quanto esta pergunta, sobre a influência de exposição da audiência, apurou-se que a maioria dos entrevistados (7) que assistem o programa em directo, em percentagem de 1,6%, sobretudo da faixa etária de adolescentes, jovens e de idosos, assistem por iniciativa própria motivada pelas suas necessidades individuais (saúde, apoio financeiro para negócios, diversão, homenagear o apresentador, gosto/preferência pelo programa, cantores e diversão entre outros).

Por outro lado, a maior parte dos entrevistados que vê de casa (9), 2,1%, é influenciada por factores externos/circunstâncias, ou seja, a iniciativa de colocar o programa não é sua, mas sim de terceiros e de circunstâncias, e em algum momento permanece a ver o programa quando é atraída por algo específico ou acontecimento inédito. Entretanto, existem cerca de 3 pessoas que veem o programa de casa o fazem por iniciativa própria. Ao passo, 5 pessoas que assistem em directo é por influência externa, ou seja, foram convidados por seus familiares para que os acompanhassem que em algum momento precisavam de alguma do apresentador diante de uma necessidade e outros para simples diversão.

Abaixo seguem os depoimentos dos entrevistados face a sua iniciativa de exposição:

	Audiência que assiste em directo	Audiência que assiste em casa
Entrevista dos do sexo feminino	Entrevistada1: “Quando deram publicidade que os cantores que eu gosto estarão aqui, mãe falou que tínhamos de vir e eu disse está bem”.	Entrevistada1: “Eu assistia por iniciativa própria, mas depois que tiraram a rubrica dança dos 50, eu comecei a assistir apenas de vez em quando ou quando ouço que haverá um acontecimento inédito ou alguém do meu interesse”.
	Entrevistada2: “Meus amigos aconselharam a vir pedir ajuda por causa do meu problema de saúde. Confesso que não estou muito à vontade por estar aqui para pedir ajuda, mas não tenho mais opções”.	Entrevistada2: “Eu assisto o programa às vezes e como em todos os domingos devo cozinhar, mas quando passo pela sala e vejo algo que me atrai no programa paro e vejo”.

	Entrevistada3: “Eu vim por iniciativa própria mesmo, estou a ver que ele ajuda as pessoas, quem sabe me ajude também na minha vida porque desde que fiquei viúva as coisas não estão a dar certo”.	Entrevistada3: “Eu assisto o programa sempre que posso e por iniciativa própria, mas não tenho oportunidade de sentar sempre assistir porque eu não gosto muito de ver televisão”.
	Entrevistada4: “O avô desta criança me falou sobre o programa e me pediu para lhe acompanhar porque precisa de ajuda para cuidar da criança porque não tem condições”.	Entrevistada4: “Eu assisto programa de vez em quando e por iniciativa própria, mas prefiro mais assistir filme”.
	Entrevistada5: “Eu venho por iniciativa própria, para pedir ajuda”.	Entrevistada5: “Eu assisto o programa por iniciativa própria e com frequência”.
	Entrevistada6: “Eu venho de Manhica para ver o programa por iniciativa própria com objectivo de ser ajudada, porque não tenho nada meu”.	Entrevistada6: “Quando estou em casa, prefiro assistir o programa Moçambique em Concerto”.
Entrevista dos do sexo masculino	Entrevistado7: “Eu vim por iniciativa própria, tenho uma música que eu fiz em homenagem a Gabriel”.	Entrevistado7: “Eu assisto umas três vezes por mês, geralmente assisto porque calho com o programa, e me chama atenção para eu poder continuar e assistir até ao fim”.
	Entrevistado8: “Eu vim por iniciativa própria, estava cansado de ver na televisão e quis ver presencialmente”.	Entrevistado8: “Eu assisto o programa as vezes e não faço planos para assistir. Acontece que posso passar pela sala e vejo algo que me chama atenção depois paro”.
	Entrevistado9: “Eu vim sozinho”.	Entrevistado9: “Eu assisto umas duas vezes por mês por iniciativa própria, quando tenho um tempo que de facto coincide com o programa”.
	Entrevistado10: “A minha esposa me convidou no primeiro dia, então ela sempre gosta. Então eu também gostei do programa”.	Entrevistado10: “Geralmente assisto porque alguém de casa colocou o programa e acabo também assistindo”.
	Entrevistado11: “Eu vim porque estou a acompanhar alguém que precisa de ajuda”.	Entrevistado11: “Eu assisto o programa quando coincide enquanto estou sentado na sala e aí vejo”.
	Entrevistado12: “Eu vim ontem e me disseram que o programa será hoje e os artistas que estarão aqui no palco, então eu tinha de vir e estou com meu filho”.	Entrevistado12: “Quando estou em casa, e geralmente a espera do jantar é que costumo assistir”.

Tabela VI: Depoimento da audiência entrevistada do programa Moçambique em Concerto sobre a iniciativa de exposição;

Para concluir, é possível constatar a partir dos depoimentos acima, que a audiência que assiste o programa em directo, na sua maioria o faz por iniciativa própria, no entanto é motivada pelo interesse de obter alguma ajuda do apresentador, ou seja, tem necessidades que pretende satisfazer através de sua exposição, como por exemplo: questões ligadas a saúde, finanças, prestar homenagem ao apresentador, entre outros. Portanto, esta iniciativa de exposição ao programa, baseada em necessidades, remete a teoria dos Usos e Gratificações que em linhas gerais, pressupõe que à audiência se expõe a media para satisfazer alguma necessidade. Ou seja:

“as causas que dão lugar ao uso dos meios de comunicação se encontram nas circunstâncias sociais ou psicológicas que se experimentam como problemas, e que os meios de comunicação se utilizam para a solução de problemas (a satisfação de necessidades) em tais questões como a busca de informação, o contacto social, a diversão, a aprendizagem e o desenvolvimento social” (MCQUAIL, 1993 citado por DA SILVA, 2004, p. 32).

Por outro lado, a audiência que assiste a partir de casa, a maioria assiste por influência externa, especificamente pelos factores circunstanciais/sociais, isto porque não idealiza/faz planos de ver o *Moçambique em Concerto*, mas coincide no momento em que seus familiares estão a ver o programa, e permanece se alguma parte do programa tiver o atraído naquele instante.

Este posicionamento vai de encontro com a teoria dos Estudos culturais que defende que o ambiente externo, especificamente social e o cultural, interferem para a exposição e interpretação da audiência face a um conteúdo mediático.

3. Categoria3: Motivação de exposição da audiência ao programa Moçambique em Concerto

A Teoria dos Usos e Gratificações adopta uma perspectiva que tem como principal interrogação aquilo que as pessoas fazem com os media. Ou seja, o principal foco de investigação é o uso individual dos media. Recorrendo às palavras de Denis McQuail (2003), pode-se sublinhar a questão central desta corrente de investigação como sendo: *porque é que as pessoas usam os media e para que é que os usam?* (PORTELA, 2019, p.39).

Nesta categoria fez-se a seguinte pergunta: *por quê assiste o programa Moçambique em Concerto?*

A audiência entrevistada, que assiste em directo e em casa, faz uso do programa *Moçambique em Concerto* para diversos fins, como por exemplo: a maioria (10), correspondente a 2,4%,

assiste porque gosta de ver o apresentador ajudando as pessoas que têm alguma necessidade específica, seja a nível financeiro, de negócio, deficiência física, reabilitação de suas casas entre outros. Duas entrevistadas, sobretudo que assistem em directo, revelaram que assistem na esperança de também serem ajudadas pelo apresentador e por isso submeteram suas cartas contando sua situação que se refere a questões de saúde e negócios, conforme a transcrição dos depoimentos abaixo:

Entrevistada5: “Eu assisto o programa para ter ajuda do Gabriel Júnior para me dar dinheiro para vender” – a entrevistada tem 60 anos de idade e aquando da realização da entrevista era catadora de latas nas ruas.

Entrevistada6: “Eu venho da Manhica para pedir ajuda do apresentador por causa do meu estômago que precisa de uma cirurgia e também com a medicação” - a entrevistada tem 69 anos de idade e sofre de um problema de saúde.

Por outro lado, embora em percentagem menores, a audiência entrevistada assiste o programa também por outros motivos, como por exemplo: diversão, para ver rubricas específicas, por ser um programa que exalta a cultura moçambicana e para ver os artistas, como mostra o resumo na tabela seguinte:

Motivações de exposição da audiência	Audiência que assiste em directo	Audiência que assiste em casa	Total dos entrevistados	Total em percentagem
Ver o apresentador	5	5	10	2,4%
Artistas	2		2	0,4%
Diversão	2	1	3	0,7%
Ver a rubrica paredão		1	1	0,2%
Ver a rubrica dança dos 50		1	1	0,2%
O programa que mostra e valoriza a cultura moçambicana		2	2	0,4%
Programa educativo	1	1	2	0,4%
Ver a rubrica voz que em cantam		1	1	0,2%
Precisa de ajuda do apresentador	2		2	0,2%
Total	12	12	24	5,7%

Tabela VII: Motivações de exposição da audiência do programa Moçambique em Concerto;

Antes de concluir este capítulo é crucial destacar que, aquando da realização das entrevistas no seu local de gravação, coincidiu também com alguns entrevistados que tinha sido sua primeira vez a assistir em directo e revelaram que foram motivados pela curiosidade de ver o ambiente, os cantores de perto, para acompanhar seus entes queridos que tinham alguma necessidade e

vinham pedir ajuda do apresentador. Segue abaixo os depoimentos dos entrevistados que assistiram em directo pela primeira vez:

Entrevistada1: “Hoje estou aqui para acompanhar minha prima que tem alguns problemas e necessita de uma ajuda” – a entrevistada tem 20 anos de idade.

Entrevistada2: “Na verdade, eu sou cardíaca, mas consegui estudar e concluir mesmo com as dificuldades. Onde estou a fazer tratamento já não estão a dar medicamento e eu em casa sem trabalhar, sem recursos e precisando de medicamentos e não conseguir, é daí que uns amigos aconselharam a vir pedir ajuda. Confesso que não estou muito à vontade por estar aqui para pedir ajuda, mas não tenho mais opções” – a entrevistada tem 24 anos de idade.

Entrevistada3: “Hoje eu vim para assistir o programa, mas também para pedir ajuda do apresentador para a minha vida porque desde que fiquei viúva as coisas não estão a dar certo, fui expulsa da casa da minha falecida sogra pelo seu irmão ” – a entrevistada tem 35 anos de idade.

Entrevistada4: “Eu vejo que mano Gabriel Júnior ajuda as pessoas e é boa pessoa. E eu vim para ver como é”.

Entrevistada5: “Hoje eu vim porque estou a acompanhar o avô desta criança que não tem condições de cuidar dele” – a entrevistada tem 47 anos de idade.

Entrevistada6: “Quem me motivou realmente a vir para aqui foi a minha cunhada que veio cá de visita. Ela gosta do Gabriel Júnior e quis ver ao vivo” - a entrevistada tem 51 anos de idade.

Entrevistado7: “Eu sempre assistia o programa em casa, e sempre me chamava atenção e sempre que chegava no domingo eu não queria perder por nada. Eu não sei se é por causa do apresentador ou por causa das coisas que acontecem no programa” – o entrevistado tem 24 anos de idade.

Entrevistado8: “Eu vim ver o programa de perto ” – o entrevistado tem 28 anos de idade.

Entrevistado9: “Hoje eu tenho uma história para contar e pedir ajuda do apresentador” - o entrevistado tem 29 anos de idade.

Entrevistado10: “Eu vim ver o ambiente e ver os cantores que virão hoje porque eu gosto do programa” – o entrevistado tem 49 anos de idade.

Abaixo a transcrição dos depoimentos dos entrevistados.

Entrevista dos do sexo feminino	Audiência que assiste em directo	Audiência que assiste em casa
	Entrevistada1 ²⁹ : “Eu assisto porque gosto de ver Gabriel Júnior e também quando tem cantores que gosto”.	Entrevistada1 ³⁰ : “A princípio é um programa que anima, na verdade por ser agitado e eu gosto muito de programas assim. Todas as fases são boas de se assistir, mas tem aquela parte de dança principalmente a rubrica dança dos 50 que era um dos grandes motivos que me fazia assistir o programa e nem perdia. Animava muito e era espectacular”.
	Entrevistada2 ³¹ : “Eu assisto porque tem um bom conteúdo que muitas das vezes é educativo e também serve de uma motivação para alguém saber que não precisa ter muito para ajudar outras pessoas. Qualquer pessoa pode fazer o que puder para ajudar a outra pessoa. O apresentador inspira”.	Entrevistada2 ³² : “Eu gosto mais da parte do canto, mas é emocionante ver alguém ajudar outras pessoas. Caso concreto, desse que tinha de jogar nos Estados Unidos e o apresentador ajudou e tiveram sucesso e ganharam. Tem aquele caso que uma vez presenciei desse que perdeu o filho nos Estados Unidos e foi ajudado a angariar fundos para enterrar o filho. Gabriel Júnior sempre traz coisas novas”.
	Entrevistada3 ³³ : “Eu assisto o programa porque eu gosto de ver aquelas artistas e quando ele viaja por aí ajudando as pessoas que precisam e resgatando talentos”.	Entrevistada3 ³⁴ : “Eu gosto do programa porque mostra a realidade moçambicana e tem histórias tristes que terminam bem, por exemplo: eles ajudam os participantes do programa e isso me comove”.
	Entrevistada4 ³⁵ : “Eu assisto o programa porque o Júnior é o filho do povo, ele está dentro do Espírito Santo, é isso que me comove eu a assistir o programa”.	Entrevistada4 ³⁶ : “Eu assisto por ser um bom programa, educativo e construtivo e também por gostar dessa passagem em que ele ajuda as pessoas”

²⁹ *Eu tenho 13 anos de idade, sou solteira, e estou na oitava classe. Vivo em Djonasse e agora sou apenas estudante. Vivo com os meus pais e irmãos.*

³⁰ *Eu tenho 35 anos de idade, sou solteira e sou licenciada. Trabalho numa instituição pública, vivo no bairro de Muhalaze com meus filhos e meu marido.*

³¹ *Eu tenho 24 anos de idade, sou solteira e fiz ensino superior. Agora não trabalho. Vivo no bairro de Inhagoia B com meu pai, madrasta e irmãos.*

³² *Eu tenho 44 anos de idade, sou solteira. Sou licenciada e agora trabalho no sector publico. Vivo com o meu marido e filhos no bairro de Guava.*

³³ *Eu tenho 35 anos de idade, sou viúva, e terminei de estudar na sétima classe. Trabalho como empregada doméstica, vivo no bairro da Polana Caniço A com o meu filho mais novo.*

³⁴ *Eu tenho 43 anos de idade, sou casada. Sou licenciada e trabalho no sector publico. Vivo no bairro de Inhagoia com meus filhos e marido.*

³⁵ *Eu tenho 47 anos de idade, sou casada oficialmente. Eu terminei de estudar na quinta classe. Eu trabalhava, mas parei, vivo no bairro da zona verde com o meu esposo, meu enteado e sua esposa e seus filhos.*

³⁶ *Eu tenho 40 anos de idade, sou solteira. Terminei de estudar na decima classe e no momento não trabalho. Vivo no bairro de Boquisso com meus filhos e marido.*

	Entrevistada5³⁷ : “Eu assisto o programa para ter ajuda do Gabriel Júnior para me dar dinheiro para vender”.	Entrevistada5³⁸ : “Eu assisto porque é um bom programa e ajuda as pessoas que têm necessidade”.
	Entrevistada6³⁹ : “Eu venho da Manhiça para pedir ajuda do apresentador por causa do meu estômago que precisa de uma cirurgia e também com a medicação”.	Entrevistada6⁴⁰ : Eu assisto o programa porque gosto de ver a palavra-chave porque o que ele fala tem me motivado, também porque é um programa educativo e de ver o publico a vibrar e a interação do apresentador com eles.
Entrevista dos do sexo masculino	Entrevistado7⁴¹ : “Eu assisto o programa porque gosto de ver Gabriel Júnior ajudando as pessoas”.	Entrevistado7⁴² : Eu assisto porque primeiramente é a cultura que nos é sempre feito relembrar e aprender. É um programa que nos traz um pouco da nossa cultura, agente volta a lembrar das nossas raízes de onde agente sai. Fora a isso, o que Gabriel nos ensina de que sempre temos de ajudar as pessoas independentemente do estado em que agente se encontra, devemos fazer sempre o possível para ajudar o próximo.
	Entrevistado8⁴³ : “Eu gosto de ver o apresentador, ele me motiva independentemente dos dias”.	Entrevistado8⁴⁴ : “Eu assisto o programa para ver situações de caridade, acho bom e positivo quando ajudam as outras pessoas principalmente quando ajudam pessoas que querem estudar e aquelas que não têm onde viver.”.
	Entrevistado9⁴⁵ : “Eu assisto o programa para ver os que dançam”.	Entrevistado9⁴⁶ : “O programa de Gabriel Júnior impacta de forma positiva na sociedade e também é

³⁷ *Eu tenho 60 anos, sou viúva e estudei até quarta classe. Agora não trabalho, apenas apanho latas vazias na rua e entrego para pesar. Vivo no bairro de Chamanculo C com meus dois netos.*

³⁸ *Eu tenho 45 anos de idade, sou casada. Terminei de estudar na décima classe e no momento não trabalho. Vivo no bairro de Boquisso com meus filhos, marido e neta.*

³⁹ *Eu tenho 69 anos de idade, sou divorciada e estudei até segunda classe. Vivo em Manhiça sozinha. Agora não trabalho e já não vou a machamba.*

⁴⁰ *Eu tenho 40 anos de idade, sou solteira. Fiz o ensino médio, e sou funcionaria de uma privada. Vivo no bairro de Djonasse com meus filhos.*

⁴¹ *Eu tenho 18 anos de idade, sou solteiro. Estudei até décima segunda classe. Não trabalho e vivo no bairro da Malanga com meus pais.*

⁴² *Eu tenho 19 anos de idade, sou solteiro e agora sou estudante do curso no ensino superior. Agora sou apenas estudante e vivo no bairro da Matola A, sozinho.*

⁴³ *Eu tenho 24 anos de idade, sou solteiro. Sou estudante do ensino superior e vivo no bairro da Polana Caniço com meu primo.*

⁴⁴ *Eu tenho 19 anos de idade, sou solteiro e estou a fazer o ensino médio técnico profissional. Vivo no bairro de boquisso, com meus pais e meus irmãos.*

⁴⁵ *Eu tenho 28 anos de idade, sou solteiro. Nunca estudei e vendo roupas na loja dos indianos. Vivo no bairro de Xipamanine com meu tio.*

⁴⁶ *Eu tenho 33 anos de idade, sou casado e tenho o ensino médio. Sou funcionário do sector público e vivo no bairro de Boane com minha esposa e meus filhos*

		solidário, ajuda os necessitados e eu sensibilizei-me muito por isto”.
	Entrevistado10 ⁴⁷ : “Eu procuro me divertir e passar tempo”.	Entrevistado10 ⁴⁸ : “É um programa que tem ajudado muitos moçambicanos e através disso assistimos”.
	Entrevistado11 ⁴⁹ : “Eu assisto o programa porque gosto da parte do apoio”.	Entrevistado11 ⁵⁰ : “Eu assisti porque tive a curiosidade de saber como ele consegue dinheiro para construir casas e depois oferecer. Mas também assisto porque é um divertimento quando não tenho nada a fazer e estou sentado na sala vendo televisão”.
	Entrevistado12 ⁵¹ : “Eu gosto do programa e me divirto”.	Entrevistado12 ⁵² : “Eu gosto de ver quando ele ajuda muitas pessoas, vejo isso. Os deficientes, estou a ver la a ser ajudados e muitas outras pessoas que saem em benefício por causa do programa de Gabriel Júnior”.

Tabela VIII: Depoimento da audiência entrevistada do programa Moçambique em Concerto sobre a motivação de exposição;

⁴⁷ *Eu tenho 34 anos de idade, vivo maritalmente. Estudei até décima classe e neste momento trabalho por conta própria. Vivo no bairro da Urbanização com minha esposa e meu filho.*

⁴⁸ *Eu tenho 37 anos de idade, sou solteiro e estou a fazer o ensino secundário. Sou funcionário do sector público, vivo no bairro de Hulene com meu tio.*

⁴⁹ *“Eu tenho 39 anos de idade, sou solteiro, mas vivo maritalmente. Fiz a licenciatura e neste momento trabalho na função pública. Vivo no bairro de Patrice Lumumba”.*

⁵⁰ *Eu tenho 42 anos de idade, sou solteiro e agora sou estudante de um curso no ensino superior. Sou motorista de uma instituição pública e agora vivo no bairro de Xiboene com meus filhos e minha esposa.*

⁵¹ *“Eu tenho 49 anos de idade, sou casado oficialmente. Trabalho por conta própria e estudei até sétima classe. Vivo no bairro de Zimpeto com minha esposa e meus filhos”.*

⁵² *Tenho 51 anos de idade, sou solteiro e estou na decima classe. Vivo no bairro de Khongolote com meus filhos e minha esposa.*

V. Conclusão

A presente pesquisa esteve baseada no estudo de audiência do programa *Moçambique em Concerto* com objectivo de compreender os factores determinantes da exposição da audiência.

Apresentou-se um estudo que analisa dois grupos, sendo o primeiro composto pela audiência que assiste o programa no local da gravação e o segundo pela audiência que vê o programa a partir de casa. Assim, à amostra do trabalho foi constituída por 114 pessoas, dos quais 62 mulheres e 52 homens, que participaram de um inquérito que foi feito no local da gravação do programa bem como em lugares estratégicos e por chamada telefónica para à audiência que vê a partir de casa.

Posteriormente foram seleccionadas, num critério de acessibilidade, 24 pessoas, sendo que 12 (6 homens e 6 mulheres) assistem no local da gravação e 12 (6 homens e 6 mulheres) que assistem em suas residências, que fizeram parte da entrevista num modelo de entrevista semi-estruturada.

Em termos de perfil geral da audiência do programa em alusão, à audiência do programa *Moçambique em Concerto* é composta maioritariamente por pessoas do sexo feminino. Quanto ao estado civil, mais de metade da audiência é solteira, cerca de 109, 4%, tem um nível de escolaridade pré-universitário, ou seja, o nível secundário concluído com maior percentagem para o sexo masculino, 37,6%, todavia as mulheres têm o nível primário concluído, 27,3%.

Quanto a profissão, à audiência é constituída por um índice elevado de desempregados, 41%, sendo que as mulheres em sua maioria não trabalham, 30,7%. No entanto, os homens são funcionários de empresas privadas e do sector público, 14,8% e 10,2%, respectivamente. Todavia, à audiência é também composta por estudantes, cerca de 23,9%, onde 12,5% são mulheres.

Verificou-se que mais da metade da audiência deste programa é assídua em acompanhar o conteúdo todas as semanas, num total de 76,3%, contudo as mulheres é que mais se expõem ao programa, 46,7%, relativamente aos homens, que são em percentagem de 29,6%.

É importante, especificar que a audiência que assiste o programa *Moçambique em Concerto* a partir de casa tem, no mínimo o nível secundário, ao passo que à audiência que assiste em directo, tem inclusive pessoas que nunca chegaram a frequentar uma escola.

Como resultado disso, em termos profissionais, a audiência que assiste a partir de casa é funcionária de empresas privadas, embora existam duas entrevistadas, do sexo feminino, que no momento da realização deste trabalho não tinham ocupação profissional. Enquanto que na audiência que assiste em directo, existe um número considerável de pessoas que não trabalham e tem uma posição mínima de empregada doméstica, sobretudo no sexo feminino.

Relativamente, a segunda categoria, dimensão socio-cultural da audiência, apurou-se que, em termos do idioma usado pelo apresentador, é de fácil compreensão para a maioria da audiência. Entretanto, existe uma pequena parte da audiência que assiste em directo, que não consegue compreender com perfeição. Este grupo é constituído maioritariamente por idosos, nestes casos recorrem a terceiros para uma possível tradução e interpretação.

Ainda nesta categoria, em termos de frequência de exposição do programa, constatou-se que à audiência que assiste em directo é mais assídua em acompanhar o programa, principalmente para as faixas etárias dos adolescentes, jovens e idosos, ao passo que à audiência que assiste a partir de casa, o faz, na sua maioria, de vez em quando e está dependente de factores externos, principalmente os circunstanciais.

Um outro aspecto constatado consiste no facto de que a audiência que assiste em directo tem necessidades individuais determinantes de sua exposição, como pedir ajuda ao apresentador para situações ligadas a saúde, o desejo de ter um negócio próprio, reabilitação de suas casas, ver cantores de sua preferência, ver o apresentador, e de forma geral, a necessidade de ver sua vida melhorada.

Todavia, parte desta audiência também assiste o programa motivada por terceiros, e alguns se fizeram presentes no local da gravação como simples acompanhantes de seus entes queridos que em sua maioria precisavam de uma ajuda do apresentador.

Sobre as leituras hipotéticas de interpretação da mensagem apresentadas por Stuart Hall (1973) na sua obra codificação e descodificação do discurso televisivo, conclui-se que a maioria da audiência, independentemente do local de sua exposição, descodifica os conteúdos do programa *Moçambique em Concerto* usando a leitura de negociação. Todavia, a audiência que assiste em directo, faz, em segundo plano, uma leitura preferencial e como resultado participa activamente do programa, ou seja, escreve cartas ao apresentador expondo uma necessidade na qual pede a sua intervenção.

A última categoria do trabalho, referente a motivação de exposição da audiência do programa *Moçambique em Concerto*, constatou-se que tanto a audiência que assiste em directo como em suas residências, são motivados pelo gosto de ver o apresentador ajudando as pessoas com algum tipo de necessidade.

Não obstante, à audiência que assiste em directo também o faz com a intenção de obter alguma ajuda do apresentador assim como para ver de perto o ambiente de gravação do programa e os artistas que são convidados. Ao passo que a audiência que vê o programa de casa, é também motivada pela necessidade de diversão, passar tempo e pela curiosidade de ver como o apresentador consegue o recurso financeiro para ajudar as pessoas necessitadas.

Chegada nesta fase conclusiva do trabalho, é crucial destacar que a terceira hipótese foi confirmada 100%, pois à audiência do programa *Moçambique em Concerto* é atraída e motivada pela orientação humanitária do programa no sentido de prestar ajuda as pessoas com necessidades físicas e financeiras.

A primeira e a segunda hipótese foram respondidas de forma parcial, uma vez que existe apenas uma minoria que assiste o programa *Moçambique em Concerto* com a intenção de apenas se divertir ou relaxar. Igualmente, quanto aos valores socio-culturais, existe uma divisão pois a audiência que assiste em directo, na sua maioria, faz por iniciativa própria, baseada em suas necessidades individuais, não obstante, à audiência que assiste a partir de casa é motivada pelos factores externos, isto é: a influência do ambiente a sua volta é determinante para a sua exposição, ou seja, se a família estiver a ver o programa e coincidir com o seu momento estando na sala de estar, acaba vendo o programa e nalguns casos permanece se for atraída por um evento ou algo em específico.

Quanto aos objectivos do trabalho foram todos alcançados. Numa primeira fase apurou-se que os factores de ordem social são determinantes para a exposição da audiência, que assiste em directo bem como em casa, do programa *Moçambique em Concerto*. Ou seja, a audiência, independentemente do lugar de sua exposição, assiste porque gosta de ver o apresentador em suas acções de solidariedade às pessoas necessitadas.

Por outro, os factores circunstanciais são também determinantes para a exposição da audiência que vê o programa em casa. Porém, a audiência que assiste o programa em directo é motivada por factores preferenciais, ou seja, assiste por iniciativa própria com o objectivo de se divertir, de ver como o programa é feito presencialmente, para ver de perto seus artistas preferidos e também para obter alguma ajuda do apresentador diante de alguma necessidade.

VI. CAPÍTULO: REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, J. Eduardo. *Metodologia do Trabalho Científico <<saber – Fazer>> da investigação para dissertações e teses*. Escolar editora, 2009.

CARVALHO, Anabela. *Audiências, Uso e Práticas sociais*. Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade: Portugal, 1997. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/242380147_Audiencias_Usos_e_Praticas_Sociais/link/54d40e0e0cf2970e4e62ac6c/download pdf. Acesso em: 14 de outubro de 2022.

CABO, Isabel. *Análise de recepção de conteúdos de entretenimento: as diferenças geracionais da série Friends em Portugal*. Portugal, 2021, 104 f. Dissertação (mestrado em audiovisual e multimédia) – Escola Superior de Comunicação Social, 2021, pdf. Disponível em: https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/14160/1/MAM_Disserta%C3%A7%C3%A3o_IsabelCabo_12098-vf.pdf. acesso em 29 de novembro, 2023.

CERVI, Emerson. *Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativistas*. In BOURGUIGNON, Jussara A. (Org) *Pesquisa Social: reflexões teóricas e metodológicas*. Editora: Toda Palavra, 2009. Disponível em: <https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/libros/libros-000064.pdf#page=126>. Acesso no dia 18 de outubro de 2023.

COSTA, Jean Henrique. *Stuart Hall e o modelo de “encoding and decoding” por uma compreensão plural da realidade*. Revista espaço acadêmico, nº 136 – setembro, 2012. Pdf.

DA SILVA, Gisele C. R. F. *O Método Científico na Psicologia: abordagem qualitativa e quantitativa*. Amazonas, Brasil: UFAM, 2010. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0539.pdf>. Acesso no dia 18 de outubro de 2023.

DAVID, Hadassa Ester & CAETANO, Márcia M. Ruadan. *A Influencia das Guerras na Comunicação: a relação entre os conflitos e a produção de discursos mediáticos*. Instituto de Ensino Superior de Rio Verde (IESRIVER): Intercom, 2011. Disponível em <http://intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2011/resumos/R27-0137-1.pdf>. Acesso em: 06 de julho de 2022.

DE OLIVEIRA, Ivan C. Andrade. *A Teoria Hipodérmica*. In: DE SOUZA, Rose M. Vidal; DE MELO, José Marques; DE MORAIS, Osvaldo J. (Org.). *Teorias de Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino*. São Paulo: Intercom, 2014. Disponível

<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>. Acesso em: 11/07/2022.

DE OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. *Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração*. Catalão: UFG, 2011.

DEMO, Pedro. *Metodologia do Conhecimento Científico*. São Paulo: Atlas, 2000.

Dicionário Verbo: Língua Portuguesa conforme o novo Acordo Ortográfico. 2.ed. Editorial Verbo, 2008.

DOS SANTOS, José Rodrigues. *História e Teorias de Comunicação*. Lisboa, 2001.

Escola de Comunicação e Artes (ECA). *Guião de Elaboração de Trabalho Científico*. 1.ed. Maputo: ECA-UEM, 2019.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Uma introdução aos estudos culturais*. Revista Famecos. Porto Alegre, nº9, dezembro de 1998. Pdf.

FRANCO, Maria L. *Análise de Conteúdo*. 2ª ed. Brasília, 2005. Pdf.

GERHARDT, Tatiana E. & SILVEIRA, Denise T. (comp). *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em https://books.google.co.mz/books?hl=pt-PT&lr=&id=dRuzRyElzmkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=vantagens+do+uso+do+metodo+quantitativo&ots=93U9_1joHA&sig=XXoqJsCyD9dNRtzYIq8gi_BonA4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Pdf. Acesso em: 20/09/2022.

GIL, António. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6ª ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In SONIK, Liv (org). *Da diáspora: identidade e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora: UFMG, 2003, p: 385-404. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/535723914/CodificacaoDecodificacao-Stuart-Hall>. Acessado no dia 7/11/2023.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 7ª.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MARCONI, Marina de Andrade. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. 7ª.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARINO, Paula Rodriguez. *As noções de texto e discurso nos Estudos Culturais*. Rio de Janeiro, 2001. Pdf.

MENEZES, Gizeli Bertollo. *Usos e Gratificações: uma revisita à Teoria que deu um impulso aos estudos de recepção*. In: DE SOUZA, Rose M. Vidal; DE MELO, José Marques; DE MORAIS, Osvando J. (Org.). *Teorias de Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino*. São Paulo: Intercom, 2014. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>. Acessado em: 11/07/2022.

“Moçambique em concerto” recebe um certificado de líder de audiência – <https://mozentretenimento.co.mz/mocambique-em-concerto-recebe-um-certificado-de-lider-de-audiencia/>

PIANA, Maria C. *A construção do perfil do assistente social no cenário educacional*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/vwc8g/pdf/piana-9788579830389-06.pdf>. Acessado no dia 19 de outubro de 2023.

PORTELA, Pedro. *Introdução aos Estudos de Audiência*. Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) Universidade do Minho Braga, 2019. Disponível em [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/61715/1/2019 Portela Introducao-Estudos-de-Audiencia.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/61715/1/2019_Portela_Introducao-Estudos-de-Audiencia.pdf). Acessado no dia 01 de agosto de 2022.

PORTO, Mauro. *A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado*. 2003. Pdf.

PRODANOV, Cléber Cristiano. *Metodologia de Trabalho Científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf. Acesso em 20 de outubro de 2022.

RODMAN, Gilbert. *Cultural Studies*. USA, 2017.

SANTANA, Fernanda C. Métodos de análise da recepção transmídia. São Paulo.V.12. N.1, p.25-37, jan./abr.2017. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/57/49> pdf. Acessado no dia 19 de outubro de 2023.

SANTOS, Adriana da Rosa.; SALES, Roseni dos Anjos; FERREIRA, Raquel M. C. A *audiência do “Chaves”*: motivos, usos e gratificações. São Paulo: Revista Alterjor, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/download/aj12-a01/104077/185421pdf>. Acesso em 14 de fevereiro de 2023.

TEIXEIRA, Elisabeth. *As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa*. 7ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TODOROV, João Cláudio e MOREIRA, Márcio Borges. *O conceito de motivação na psicologia*. Universidade Católica de Goiás- Universidade de Brasília, 2005.

SANCHES, Raphael L. O posicionamento do telejornalismo da TV Globo e Record no contexto da Covid-19. São Paulo, 2022. Pdf.

SANTANA, Fernanda C. Métodos Misto de análise da recepção transmídia. São Paulo, 2017.

SIFUENTES, Lirian. *Incursões pelos Estudos de Recepção: retomadas históricas, desafios e perspectivas*. Revista interamericana de Comunicação mediática, v .13, n.25, 2014. <file:///C:/Users/nposse/Downloads/magnoscassiano,+3+--+Sifuentes.pdf> acesso 20 de novembro de 2023.

VECHIA, Gabrielli S. D. *A comunicação como circuito: quando entender o telejornalismo transcende os polos da produção e recepção*. Salvador (Bahia), Brasil, 2011. Pdf. Disponível em <https://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/dala-vechia.pdf>. Acesso 29 de novembro de 2023.

WHITE, Robert, A. *Recepção: a abordagem dos Estudos Culturais*. Comunicação e Educação. São Paulo, 57-76, maio/ago, 1998. Pdf. Disponível em <file:///C:/Users/nposse/Downloads/36359-Texto%20do%20artigo-42768-1-10-20120805.pdf>. acesso 20 de novembro de 2023.