

# Revista *Comunicação & Sociedade*

## **Acesso à Informação, Media e Cidadania**

### **AUTORES NESTA EDIÇÃO:**

Isabel Ferin Cunha  
Eduardo J. Siteo  
Ernesto Nhanale  
Leonilda A.A.S.Muatiacale  
João Nobre  
João Miguel  
Celestino Joanguete  
Salim Cripton Valá  
Egídio Vaz  
António Ndapassoa

## **Ficha Técnica**

Revista de Comunicação & Sociedade  
Publicação Anual

Director  
António Eduardo Namburete

Subdirector  
Ernesto Nhanale

Redacção  
Leonilda Savenca

Edição e Revisão de textos  
Francisco Vicente e Víctor Justino

Conselho Editorial  
João Miguel, Celestino Vaz Joanguete, João Nobre, Mário Moisés da Fonseca

Conselho Científico  
Isabel Ferin Cunha (Universidade de Coimbra/Portugal); Susana Salgado (Universidade Nova de Lisboa/Portugal); Helge Ronning (Universidade de Oslo/Noruega); Luca Bussotti (ISCTE/Portugal).

Nº de Registo: 7155/RLINLD/2011

Endereço da Redacção  
Av. Marian Nguabi, Nº1475, Maputo, Moçambique  
e-mail: rcsociedade@yahoo.com.br

Sobre as normas de apresentação dos textos, cf. pág. 115

# Índice

<b>Editorial</b>	<b>4</b>
<b>Parte 1 - Ensaios/Pesquisas</b>	<b>5</b>
Media, Cidadania e Comunicação Política <b>Isabel Ferin Cunha</b>	<b>5</b>
Medias No Século XXI: Uma Análise Focalizada no Caso de Moçambique <b>Eduardo J. Sitoe</b>	<b>25</b>
Comunicação e Educação para o Desenvolvimento Rural em Moçambique: Os desafios do fortalecimento da cidadania e do empoderamento das comunidades <b>Salim Cripton Valá</b>	<b>34</b>
Contexto e desafios o jornalismo no exercício da liberdade de imprensa e promoção da cidadania em Moçambique <b>Ernesto Nhanale</b>	<b>49</b>
O papel da comunicação e da educação na construção da cidadania e no acesso à informação <b>Leonilda A. A. S. Muatiacale</b>	<b>58</b>
O Actual Panorama Legislativo da Liberdade de Imprensa e do Direito à Informação em Moçambique <b>João Nobre</b>	<b>69</b>
Digitalização da televisão em Moçambique: Estruturações, Políticas e Estratégias <b>João Miguel</b>	<b>81</b>
As redes de investigação entre Moçambique, Brasil e Portugal: Análise comparativa de cooperação <b>Celestino Joanguete</b>	<b>91</b>
<b>Parte 2 - Análises</b>	<b>107</b>
A Desordem Funciona: Buscando a "Coerência" no Discurso Político de Afonso Dhlakama. <b>Egídio Vaz</b>	<b>107</b>
O Público e a Programação da Rádio Moçambique - Serviço Público de Radiodifusão <b>António Ndapassoa</b>	<b>111</b>

---

# Editorial

A revista *Comunicação & Sociedade*, do Centro de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (CEC), tem como proposta divulgar reflexões e pesquisas sobre o papel que a comunicação social assume na sua relação com as diversas esferas da sociedade. Esta publicação irá enfatizar as tendências do sector da comunicação em Moçambique e no mundo, sempre valorizando a possibilidade de diálogos interdisciplinares.

Assim, a revista pretende contribuir para discussões relevantes na área da comunicação, trazendo à ribalta temas actuais e pertinentes. A revista, com periodicidade anual, será essencialmente temática, sendo que o tema de cada número será escolhido pelo Conselho Editorial e os artigos assinados por diferentes autores.

Espera-se que esta revista não só contribua para a discussão de assuntos de interesse académico, mas também, através dos seus ensaios, pesquisas e crónicas, ilustre o estado da comunicação social em Moçambique, criando um espaço de debate e de interacção entre os diversos seguimentos da sociedade.

Em termos editoriais, a revista procurará combinar o rigor com a simplicidade, tendo em vista garantir um cunho científico dos artigos apresentados, porém, acessíveis a uma diversidade de públicos leitores, entre especialistas e leigos.

As temáticas abordadas abrangem áreas que procuram cruzar a relação entre os Media e a Sociedade. Por isso, a revista é composta por duas partes: a primeira, que congrega ensaios e pesquisas e, a segunda, análises sobre diversas temáticas na área da comunicação social.

Este primeiro número inclui maioritariamente trabalhos de pesquisadores nacionais que procuram discutir o tema "Media, Acesso à Informação e Cidadania em Moçambique". Com este tema, o CEC pretende contribuir no debate sobre o assunto oferecendo uma visão global, aprofundada e científica sobre o papel da informação na promoção da cidadania e demonstrando como é que a falta de abertura para o seu acesso pode amortecer o desenvolvimento da democracia em Moçambique.

Todos nós compreendemos que produzir uma revista científica é um desafio, sobretudo num país em que um corpo técnico/científico na área de Comunicação ainda é bastante escasso. No entanto, acreditamos que esta lacuna é uma oportunidade, sobretudo pelo facto de esta publicação ter a missão de contribuir para o debate e formação na área da Comunicação.

O Director  
António Eduardo Namburete

# Media, Cidadania e Comunicação Política

## Resumo

Neste artigo discorre-se sobre o papel dos media na promoção da cidadania e da democracia. Neste âmbito, tendo como foco os media noticiosos e a sua relação com a política, abordam-se alguns conceitos como informação, comunicação e cidadania. Salienta-se que o acesso à informação e o aprofundamento da cidadania estão alicerçados em factores culturais, sociais, económicos e tecnológicos. Disserta-se, em seguida, sobre o papel dos meios de comunicação na formação da opinião pública e, posteriormente, no desenvolvimento da comunicação política, salientando o domínio da televisão e a emergência da internet e das redes sociais. Como exemplo da influência dos media nas democracias, são apresentadas as primeiras pesquisas que, nos Estados Unidos, procuraram aferir os efeitos dos media noticiosos nos eleitores e as consequências políticas advindas de as democracias estarem, progressivamente, centradas nos media. Abordam-se, igualmente, os processos de mediatização, personalização e marketing políticos e refere-se que estes ingredientes da comunicação política tiveram dois resultados contraditórios, nomeadamente, por um lado, o afastamento de grande número de cidadãos da política e, por outro, o nascimento de movimentos sociais alternativos centrados na internet e nas redes sociais.

**Palavras-Chave:** Informação, Media, Cidadania, Comunicação Política, Marketing Político.

Isabel Ferin Cunha

Professora da Universidade de Coimbra e pesquisadora do Centro de Investigação Media e Jornalismo

## Informação e Comunicação

O conceito de informação, que deriva do latim *pōr* em forma, não é pacífico e está historicamente associado ao conhecimento, à colecta e transmissão de dados e às interpretações sobre o mundo. Por exemplo, os reis davam informações — contidas nos editais — aos seus súbditos utilizando arautos — profissionais que mediavam a informação entre o rei emissor e o receptor povo. Na actualização democrática deste conceito, encontramos, simultaneamente, a informação jornalística, centrada na divulgação de mensagens e no direito dos cidadãos de acederem à informação de interesse público. No entanto, há um outro tipo de informação que deve ser entendida como fundamental para as sociedades democráticas e que se encontra em bibliotecas nacionais e regionais, em centros de recolha de dados estatísticos de cariz económica e social. Esta informação é uma matéria-prima de valor crucial para o desenvolvimento e competitividade das sociedades democráticas e um elemento fundamental para que os cidadãos possam avaliar e opinar sobre a qualidade da governação.

Numa outra acepção, a informação constitui uma interacção entre pessoas, uma forma de os indivíduos estabelecerem laços interpessoais, por meio da utilização de códigos verbais e não-verbais. Por exemplo, uma criança ou um adulto, que se apresenta perante os outros com uma postura de corpo contraída e vestindo-se de uma forma descuidada, está a transmitir um conjunto de informações que são lidas pelos interlocutores e estudadas nas Teorias da Comunicação Interpessoal. Ou ainda, um político que surge num debate televisivo de forma retraída, não conseguindo transmitir segurança e determinação na exposição

das suas ideias, tende a receber menos apoios eleitorais.

O conceito de informação está igualmente associado às Teorias da Informação, de natureza matemática, que incidem sobre as propriedades físicas de transmissão de um sinal, considerando a matéria/dado da informação. Esta concepção de informação situa-se no contexto das telecomunicações e preocupa-se com a transmissão de sinais à distância, através de meios técnicos ou tecnológicos.

No jornalismo, a informação corresponde a um conjunto de mensagens consideradas de interesse público difundidas através de meios de comunicação. Para McQuail (2004:504), a informação refere-se a dados factuais verificáveis, incluindo opiniões, bem como descrições acerca do mundo. As notícias são os invólucros dessa informação e apresentam-se sobre diversas formas e géneros. Elas são quer matéria-prima, quer o produto da actividade jornalística e constituem um bem essencial das sociedades. Os media noticiosos têm o dever de fornecer informação de boa qualidade, promovendo a pluralidade de opiniões, a investigação sobre temas de interesse social, apresentando dados novos e precisos sobre acontecimentos, recorrendo a testemunhos de diversos quadrantes. Neste sentido, a informação deve ser imparcial, impulsionando a justiça, a independência e a transparência no espaço público. O direito a esta informação de qualidade deverá constituir a base onde assenta a cidadania, a governação política e a democracia (Papacharissi, 2009).

Comunicação é uma palavra que deriva do latim *communicare*, isto é, tornar comum, partilhar, repartir, associar, trocar opiniões e informações. Informa-

ção e comunicação são conceitos com grande proximidade: enquanto o primeiro vai no sentido da transmissão de dados, o segundo parece estar, sobretudo, relacionado com a partilha de sentidos.

A Comunicação é no mundo moderno, uma ideia complexa. Segundo Littlejohn (1988), as Ciências da Comunicação elegeram seis contextos de observação e estudo de fenómenos da Comunicação: o contexto intrapessoal, que se preocupa com os estados mentais e os processos cognitivos; os contextos interpessoais, que visam a observação e a análise dos actos de fala, os procedimentos de codificação e decodificação, assim como de apresentação do eu na vida de todos os dias; os contextos intragrupo e intergrupo, que associam as preocupações dos anteriores contextos a normas sociais e culturais de relacionamento no interior de grupos e entre os grupos; o contexto organizacional e institucional, que envolve os anteriores contextos, acrescidos de objectivos de eficiência, controle e produção, cujos exemplos podem ser o Estado e as empresas e, para terminar, os contextos da comunicação global, que envolvem as telecomunicações, os media, incluindo os novos dispositivos digitais, e os conteúdos globalizados. Dominique Wolton (1999:155) considera que não há democracia de massas sem comunicação e por comunicação é preciso, evidentemente, entender os media e as sondagens, mas também o modelo cultural favorável às trocas entre as elites, os dirigentes e os cidadãos. O autor defende que não há política democrática sem capacidade de expressar opiniões e sem comunicação entre os indivíduos, afirmando que, inicialmente, esta função foi realizada pela imprensa, mas actualmente é à televisão que compete a criação e manutenção do elo social entre indiví-

duos, cidadãos, comunidades e nações.  
**Do senso comum à reflexão sobre os media**

A ideia de mediação está na origem da palavra media. Pode-se dizer que os primeiros instrumentos e processos e mediação remontam à utilização de sinais de fumo ou à decoração de cavernas como forma de transmitir mensagens na idade pré-histórica. O aparecimento da imprensa no século XV conferiu uma nova dinâmica a estes instrumentos de mediação, que adquirem, a partir do século XIX, um estatuto singular, em função das tecnologias e dos ciclos económicos e políticos das sociedades ocidentais. Os media — inicialmente, a imprensa; depois, o rádio e o cinema; em seguida, os conteúdos da propaganda e da publicidade e, finalmente, a televisão e a internet —, resultando de processos complexos da sociedade, contribuíram, por sua vez, de forma inequívoca, para a criação de um novo tipo de sociedade e para a emergência de novas formas de viver os quotidianos.

Os discursos do quotidiano sobre os media (por exemplo, sobre os jornais, as rádios, as televisões e os seus programas) e sobre os novos media (sobretudo a internet) estão grandemente fundados no senso comum: todas as pessoas lêem jornais e revistas, todos escutam rádio, todos visualizam os programas de televisão, muitos consultam sítios e informações na internet. Isto faz com que todas as pessoas tenham uma reflexão sobre estas práticas e tenham opiniões sobre os conteúdos a que têm acesso e consomem. Este conjunto de procedimentos, onde os valores de cada indivíduo (o sujeito) impregnam a forma de conhecer o objecto — a imprensa, a rádio, a televisão e a internet — designa-se conhecimento popular, ou senso comum.

Os media são sistemas sujeitos a grandes pressões externas e internas. Pode-se dizer que os factores internos de pressão dos media são as condições de gestão de cada empresa, o perfil pessoal e profissional dos elementos que a constituem, assim como o acesso que a empresa e os profissionais têm a fontes sociais, aos mercados publicitários e às novas tecnologias. São factores de constrangimento externo, as pressões, ou atmosferas económicas, as pressões sociais e políticas, bem como as inerentes às audiências e às especificidades do canal suporte mediador. Cada um destes constrangimentos pode ser desdobrado em múltiplos factores. Por exemplo, as pressões económicas externas estão relacionadas com as condições impostas pelos proprietários (públicos ou privados), pela concorrência entre empresas do mesmo segmento, pelos factores tecnológicos, pelas exigências colocadas pelas empresas produtoras de formatos e conteúdos, para além do volume de publicidade negociada e dos factores que presidem à remuneração dos trabalhadores. Mas as pressões políticas e sociais são igualmente importantes na actuação dos media, pois determinam o quadro legal em que as empresas se movem e o equilíbrio que devem manter entre instituições de reconhecido prestígio social. Neste sentido, convém recordar que cada país carrega uma "herança" na história dos media e que muitos dos actuais países democráticos, nomeadamente alguns países africanos, passaram em poucas décadas, de uma política colonial/autoritária a uma política autoritária de partido único a que se seguiu, após o colapso da ex-URSS, uma liberdade de expressão condicionada pelo Estado/Governo.

Saliente-se, ainda, que os media estão intrinsecamente associados à sociedade onde estão implantados,

sendo que uma sociedade é um sistema estruturado de relações sociais que liga as pessoas de acordo com uma cultura partilhada. As sociedades contemporâneas caracterizam-se pela complexidade e fragmentação, um mundo cheio de contrastes e mudanças, marcado por grandes desafios (por exemplo, ambientais e tecnológicos) e tensões sociais à escala planetária. Esta complexidade e fragmentação está sobretudo presente no conjunto de macro e micro fenómenos designados Globalização, que afectam, em diversos níveis e escalas, as vidas de cada indivíduo, das suas famílias e comunidades, de cada Estado Nação, assim como de Regiões e continentes (Giddens, 2000). Os media dependem ainda de factores tecnológicos, como o acesso ao papel, a dispositivos electrónicos, a satélites, a fibra óptica e, numa outra dimensão, à capacidade dos cidadãos de adquirirem aparelhos de rádio, televisão, computadores ou assinaturas de internet.

O direito à informação e a capacidade dos cidadãos de acederem à informação alicerçam-se em todos estes factores descritos. No entanto, também é necessário compreender que a informação passa hoje pela inclusão digital, que não é acessível, por questões culturais, económicas e tecnológicas, a grande número de países e de cidadãos. A inclusão digital inclui o acesso à internet, aos seus conteúdos, aos mails, às linguagens básicas e aos instrumentos para usar a rede, bem como ao acesso às técnicas de produção de conteúdos e à construção de ferramentas e sistemas voltados às comunidades virtuais. Esta realidade gera uma enorme disparidade entre info-incluídos e info-excluídos, o que põe em causa a participação democrática e o direito à informação.

## Os profissionais dos media e as suas práticas

Estes profissionais, não são apenas os jornalistas, como se pretende por vezes, nem os técnicos e operadores de som e iluminação, ou ainda os cenógrafos ou produtores. Hoje em dia há um conjunto de profissionais e profissões novas que estão intimamente ligados aos processos comunicativos e têm uma função crucial nas sociedades modernas. Estes novos intermediários culturais (Bourdieu, 1979) são fundamentalmente profissionais que actuam nas empresas industriais ou na gestão da produção cultural: rádio, televisão, internet, empresas de sondagem, estúdios de pesquisa, grandes jornais diários e semanários e, sobretudo, nas profissões ligadas ao trabalho social e à animação cultural. O estatuto destes profissionais é normalmente ambíguo. Por um lado, têm uma grande liberdade de actuação e protagonismo, por outro, estão sujeitos a hierarquias empresariais (ou governamentais) e às ditaduras das audiências. Em todas as actividades são verdadeiros programadores culturais que actuam nos media e nas indústrias de conteúdos, entre a produção e a recepção, cruzando informações de diferentes esferas sociais, sobretudo a cultural, a económica e a política.

Neste contexto, os jornalistas funcionam quer como uma comunidade interpretativa — partilhando valores e normas profissionais — quer como agentes políticos mais ou menos conscientes. Cabe, por assim dizer, aos jornalistas a função de apresentar o mundo aos seus concidadãos, tarefa que realizam quando seleccionam no conjunto da oferta disponível, nacional e internacional, os acontecimentos, os enquadramentos, os actores principais, os formatos e os géneros noticiosos. Este trabalho silencioso é

intrinsecamente político, embora esteja ancorado em procedimentos profissionais como critérios jornalísticos, valores-notícia, manuais de estilo e códigos éticos profissionais. O cunho político desta profissão está no poder de seleccionar, apagar, relevar e difundir informação, o que deve responsabilizar os profissionais e as empresas quanto à distribuição do produto notícia, e à actividade do jornalismo.

Aprofundando a relação entre os media e a Democracia, Dominique Wolton (1999) escreve que os media e, principalmente, a televisão promovem a coesão social, disponibilizando informação e abrindo espaços públicos de interacção e opinião, mas tendem a banalizar a política, restringindo os acessos ao espaço público especializado e exigindo dos agentes políticos que coadunem estratégias políticas às mediáticas. A internet, por sua vez, tem surgido como um novo fórum de discussões potencialmente aberto a todas as formas de expressão de opinião e cidadania. No entanto, o acesso a estas tecnologias, mesmo nas sociedades ocidentais, é ainda limitado. Saliente-se que os media globais, em países não ocidentais e com poucas tradições democráticas, têm pressionado com sucesso os governos autoritários a reduzirem o seu controlo sobre as emissões estatais, abrindo espaços para expressões mais democráticas. Os países do norte de África são um exemplo disso.

## Cidadania e media

É neste âmbito que se insere o contexto de cidadania entendido como uma relação entre o indivíduo e a comunidade política. O cidadão tem deveres e direitos, responsabilidades e privilégios que o não-cidadão não partilha, ou partilha em grau menor. A cidadania é um

direito fundamental que pressupõe o gozo de direitos civis, políticos, sociais e culturais. A literatura da especialidade considera que para existir cidadania é necessário que haja igualdade perante a lei (cidadania civil), que todos os cidadãos tenham direito ao voto (cidadania política) e que sejam respeitados direitos sociais mínimos (cidadania social) (Marshall, 1949). Esta concepção de cidadania não é pacífica entre teóricos e políticos, pois existindo consenso sobre a necessidade de existir cidadania, não há um consenso sobre quais são os valores fundamentais que ela deva envolver. Assim, para muitos autores, a pobreza, a discriminação e a exclusão limitam o acesso à cidadania e tendem a criar uma cidadania formal. Por outro lado, o uso e o acesso controlado da informação política, bem como da comunicação política constituem outros factores determinantes para o exercício limitado da cidadania.

A ideia de cidadania envolve ainda dinâmicas criativas, na medida em que está em constante transformação. Estas dinâmicas reflectem as tensões entre as diversas forças em presença e a capacidade dos cidadãos de se mobilizarem no sentido de participarem na governação, exigirem os seus direitos e cumprirem as suas obrigações. Neste sentido, a cidadania envolve uma dimensão de poder, na medida em que discute a gestão e a distribuição de recursos materiais e simbólicos (Faulks, 2000). Por outro lado, os media constituem os grandes palcos da cidadania e da democracia. Como escreve Dahlgren (2000), a saúde de uma democracia e do exercício da cidadania está directamente vinculada à saúde dos media. Uma sociedade cujos media promovem a pluralidade de informação e o acesso generalizado à comunicação tem, com certeza, uma esfera pública

mais alargada — isto é, um espaço público de discussão mais activo —, assim como uma democracia mais robusta e aberta às necessidades e às tendências de todos os seus cidadãos. Assim, se a cidadania pressupõe o gozo de direitos civis, políticos, sociais e culturais, a actividade dos media, no interior desta concepção, deve ser a garantia da democracia e da promoção da cidadania (Traber, 1997: 327-343), na medida em que deverá cumprir um duplo objectivo: aferir o respeito pela dignidade humana e promover os direitos dos cidadãos nos media e pelos media.

Partindo do pressuposto anterior, os media, tenderão a aprofundar a democracia e a cidadania através dos conteúdos veiculados, nomeadamente o respeito (ou a denúncia do desrespeito) e a promoção da liberdade de expressão e de acesso aos media; o princípio de transparência (ou os fenómenos de ocultação) acerca dos acontecimentos e visões do mundo; o princípio de justiça e equidade (ou as condições de desigualdade) no acesso aos media e nos conteúdos veiculados; a promoção da paz (em detrimento do conflito e da violência) entre os indivíduos e povos e o princípio de participação democrática e plural nos conteúdos e nos acessos aos media (Traber, 1974)

O conceito de cidadania nos media tem, neste sentido, a perspectiva de incentivar a coesão pública, isto é, permitir e estimular a participação dos cidadãos no debate sobre a governação através de processos e procedimentos que vão da participação nas eleições a outras acções de âmbito informal que visam chamar a atenção dos media e dos governantes (Livingstone, Couldry e Markham, 2010). Por exemplo, as acções levadas a cabo por jovens em grande número de

países europeus contra o desemprego e as medidas de austeridade.

## Media e comunicação política

Em sociedades democráticas, após o Poder Legislativo, o Executivo e o Judicial, os meios de comunicação são considerados o Quarto Poder (Graeber, 1995). Aos media é atribuído o poder de influenciar as decisões dos eleitores, ajudar ou prejudicar a eleição de um candidato e influir na opinião pública em momentos decisivos. A televisão, mas também a imprensa e a rádio, podem constituir-se em actores políticos activos, exercendo pressões de natureza diversa sobre partidos e candidatos. Como refere McNair (1999), os conteúdos políticos seleccionados, o destaque que lhes é atribuído, bem como a forma de tratamento dada às notícias, favorecem ou prejudicam os desígnios políticos de um candidato ou partido. Os mesmos procedimentos influenciam também a percepção e a compreensão dos públicos, angariando reacções de apoio ou estimulando a rejeição a determinadas propostas ou actividades políticas.

Os partidos e os políticos sabem que, para chegarem aos seus eleitores, não podem prescindir dos meios de comunicação e, nessa perspectiva, utilizam o que se chama comunicação política. A comunicação política resulta da interacção entre actores políticos (por exemplo, entre os políticos no âmbito dos partidos e dos governos) e entre estes e os media, principalmente jornalistas e comentadores políticos (McNair, 1999). A comunicação política tem como objectivo final fazer com que as mensagens dos políticos e governos cheguem aos cidadãos. No entanto, os políticos e os governos preparam, ou formatam, preferencialmente, as mensagens para os meios de comuni-

cação. Mesmo quando os locais de contacto com os cidadãos são os comícios, as visitas a locais públicos, as estratégias de comunicação visam, em primeiro lugar, os meios de comunicação. McNair (1999) esquematiza o fluxo da comunicação política começando pela inventariação das diversas organizações políticas, nomeadamente as que têm interesses políticos (Partidos, organizações públicas, grupos de pressão, organizações terroristas e governos), passando pelos media (que actuam em função das filiações económicas, dos agentes publicitários, dos recursos tecnológicos e humanos, das rotinas de produção e dos públicos alvo definidos) até aos cidadãos. Apesar dos cidadãos serem o alvo da comunicação pública, eles tendem a surgir como o elo mais frágil da comunicação política, na medida em que apenas se expressam esporadicamente nos media (comentários, comentadores, programas de auditórios ou cartas) ou quando exercem o direito de voto.

Mário Mesquita (2003:92), um jornalista português com grande experiência política, afirma que hoje a comunicação política envolve quatro grandes grupos de actores: os políticos (candidatos e governantes); os jornalistas (que intervêm no espaço público político); os actores sociais e profissionais (que representam grupos de interesse) e os intelectuais (que actuam nas escolas, universidades, instituições culturais). Há ainda um conjunto de elementos que estruturam o processo de comunicação política, nomeadamente o actor ou actores políticos, os mediadores políticos (jornalistas ou profissionais ligados aos media), os locais onde se dão as performances (palcos, comício, estúdios) e os públicos e audiências. Na comunicação política, é ainda possível identificar dois tipos de dispositivos: os organizados pelas institui-

ções políticas, com vista à difusão mediática das mensagens e os organizados pelos media, tais como entrevistas, debates, fóruns, que promovem confrontos, diálogos ou consensos.

Por tudo o que foi exposto, Swanson (1995) considera que a democracia está cada vez mais centrada nos media, principalmente na televisão, mudança que é decorrente das alterações económicas, sociais, tecnológicas e políticas que se deram no Ocidente a partir dos anos cinquenta e, posteriormente, em outros países, no final da década de noventa. Para este autor, a queda do Muro de Berlim, em 1989, apressou o fim dos partidos fundados em ideologias políticas e estruturados nas diferentes expectativas de classes sociais. A partir deste momento, os partidos políticos são essencialmente eleitorais e obrigados a assumir, em cada eleição, programas específicos que possam vir a conquistar estratos diversificados da população. Neste contexto, ganha grande relevância a escolha do candidato que potencialmente reúna qualidades para agradar aos eleitores (definidos como públicos ou audiências). Nas últimas décadas, as democracias ocidentais viram diminuir a participação dos eleitores nas eleições e assistiram, também, ao crescimento de progressivas dificuldades dos partidos em funcionar como agentes representativos e catalisadores desses mesmos eleitores. Nesta crise da democracia representativa, os partidos são, frequentemente, acusados de serem instituições arcaicas e desactualizadas, dedicadas à defesa dos seus interesses particulares. Os cidadãos suspeitam, ainda, que o exercício da democracia obedeça mais a exigências de grupos de interesses organizados e que utilizam o acesso aos media para manterem determinados privilégios.

Por outro lado, a globalização económica obrigou muitos estados a ceder parte da sua soberania a instituições supranacionais, quer políticas (no caso da Comunidade Europeia) quer económicas (por exemplo, a instituições como o Banco Central Europeu, o FMI ou o Banco Mundial), o que restringiu, de forma notória, a capacidade de resposta dos partidos políticos às expectativas eleitorais.

Os media, principalmente a televisão, tornaram-se para muitos cidadãos as únicas fontes de informação sobre os governos, os partidos e os políticos. Além de se terem tornado as únicas fontes de informação, os media são também, como mostram as sondagens europeias realizadas periodicamente, instituições mais credíveis que os políticos. Num cenário de alta competição pelas audiências, os meios de comunicação, com especial relevância para a televisão, tendem a transformar a comunicação política e a política em matéria-prima para consumo. Ao mesmo tempo, os políticos procuram implementar estratégias de formatação das mensagens, com a ajuda de especialistas e assessores de marketing. O objectivo é captar a atenção dos eleitores no tempo limitado que têm à sua disposição, através de mensagens curtas e simplificadas, designadas, genericamente, de *sound bite*. Um dos factores mais importantes deste processo é, sem dúvida, a personalização da política, isto é, a congregação das expectativas e a apresentação de um partido na pessoa de um único candidato, sendo que a este é exigida a capacidade (e a responsabilidade) de se apresentar perante os eleitores e garantir bons índices nas sondagens políticas.

## Da opinião pública aos efeitos nos públicos

O conceito de opinião pública nasceu no século XVIII, no Ocidente, associado ao movimento Iluminista e à luta da burguesia contra o Ancien Regime, fundado no poder dos reis e da nobreza. Segundo Habermas (1984:13-41), a opinião pública expressou-se em nome da razão (seguindo a Filosofia do Século das Luzes), tendo os intelectuais (filósofos, médicos, escritores) desempenhado um papel fulcral no nascimento da esfera pública burguesa. Designa-se esfera pública o espaço “conceptual” de associação e debate público onde se constrói a opinião pública. A esfera pública caracteriza-se pelo desenvolvimento do capitalismo, do mercado livre, da separação entre o Estado e a Igreja e pela secularização da vida quotidiana. Este movimento da burguesia do século XVIII é responsável, também, por impulsionar a conquista das liberdades individuais e utilizar a imprensa (jornais, livros, revistas) como instrumento de expressão livre da opinião.

Com o desenvolvimento do capitalismo e as lutas operárias do final do século XIX e início do século XX no Ocidente, a formação da opinião pública esteve muito vinculada aos partidos e ideologias de classe e profissionais. Os instrumentos utilizados por estas organizações foram os jornais partidários e clandestinos, enquanto os Estados utilizaram a rádio e a propagação como forma de informação e contra-informação. Em meados do século XX, após as Guerras Mundiais e o início da retomada económica, a televisão entrou nos quotidianos, associada ao consumo e à publicidade. A expansão do mercado mediático e os seus efeitos na opinião pública tornaram-se uma preocupação política, dando

origem a processos de aferição, através das sondagens.

Os primeiros estudos sobre o papel dos media nas eleições datam do início dos anos 40 nos Estados Unidos e procuram perceber como os acontecimentos seleccionados pelos meios de comunicação, sobre os candidatos e as eleições, são percebidos pelos públicos. Para alguns autores, que estudaram os efeitos dos media, tal como Lippman (1922) e McCombs (1992), a habilidade em seleccionar e em atribuir saliência a determinados tópicos — tornando-os foco de atenção, de pensamento ou acção — constitui a primeira fase da formação da opinião pública. O processo de selecção dos acontecimentos é realizado através dos gate-keepers (jornalistas, editores, empresas, proprietários) e obedece a determinados critérios como proeminência, proximidade e continuidade. Em simultâneo, dá-se o processo de agendamento das notícias — estudado nas teorias do Agenda-Setting — através da focalização, enquadramento interpretativo e simbólico de um determinado acontecimento. Nem todos os acontecimentos chegam ao público e, principalmente, nem todos os acontecimentos chegam ao público com a mesma visibilidade (saliência). A opinião pública tende a responder primordialmente ao mundo construído pelos media noticiosos.

Uma das pesquisas mais significativas foi a realizada por Lazarsfeld, Berelson & Gaudet (1944) sobre as eleições de 1940 nos EUA, nas quais o presidente Roosevelt foi eleito para o terceiro mandato. Os autores realizaram sondagens no estado de Ohio, nos Estados Unidos, com o objectivo de identificar o grau e a qualidade da influência exercida pela imprensa nos leitores, tendo chegado à conclusão de que estes adquiriram infor-

mação através da imprensa mas não foram necessariamente influenciados pelas notícias que leram. Seguiram-se muitas outras investigações, ora ressaltando a influência dos media nos públicos ora apontando os efeitos limitados das mensagens. Em 1968, durante a campanha presidencial que culminou com a eleição do presidente Nixon, McCombs e Shaw (1972) lançaram o primeiro estudo que apoiava a ideia de Lippmann (1922), segundo a qual a informação advinda das notícias tem um papel fundamental na construção da realidade. Após realizarem sondagens na Carolina do Norte, os autores concluíram que os media marcam a agenda dos acontecimentos de uma campanha política ao conferirem maior visibilidade a determinados acontecimentos. Esta conclusão, designada nas teorias do jornalismo como hipótese da agenda-setting, assume que os assuntos a que os media conferem mais atenção são percebidos pelo público como mais importantes. McCombs and Shaw justapuseram os conceitos de agenda-setting e de percepção selectiva, considerando que os indivíduos evitavam não só expor-se à informação com a qual não concordavam, como se expunham voluntariamente à informação que potencialmente viria reforçar as suas convicções.

Nas eleições americanas de 1976, ganhas pelo democrata Jimmy Carter, outros investigadores (Weaver, Graber, McCombs & Eyal, 1998) fizeram um conjunto de sondagens em três cidades americanas e, simultaneamente analisaram a cobertura jornalística de três estações de âmbito nacional e de um jornal diário local. Nas três cidades, os autores identificaram grande correlação entre os assuntos a que os media davam maior visibilidade e as preocupações manifestadas pelos eleitores. Em 1977, McCom-

bs repetiu o mesmo estudo que fizera em 1968 e percebeu que os assuntos da agenda pública eram principalmente influenciados pelos padrões de cobertura do jornal local e das redes de televisão nacionais e locais. Uma revisão destes trabalhos, realizada por Dearing & Rogers em 1987, constatou que os assuntos públicos e políticos eram percebidos de forma diferenciada pelos públicos, pelos políticos e pelos media, o que segundo os autores anuncia agendas políticas paralelas, mas interdependentes.

Como referem McCombs e Reynolds (2002:4), esta correlação entre as agendas dos media e dos públicos tende a estender-se a todas as questões públicas e já foi objecto de investigação na Europa. Num exemplo citado por estes últimos autores, constata-se que o volume de cobertura televisiva sobre a União Europeia afecta a forma como os cidadãos europeus apreendem a importância da integração europeia. Peters (2003) constatou que o número de notícias sobre a Europa, presentes nos noticiários dos países, influencia a importância dada pelos cidadãos à integração.

Estes estudos ressaltam os contextos individuais e políticos da compreensão e apreensão das agendas mediáticas. Na verdade, o foco da atenção dos eleitores pode ser a totalidade da agenda, por exemplo as "eleições", ou apenas um item particular das eleições, por exemplo um candidato. Cada um destes focos funciona como um objecto a que os media, os jornalistas e os públicos conferem características, propriedades e atributos descritivos. Esta caracterização dos objectos das agendas — por exemplo, eleições ou candidatos — está vinculada a imagens mentais que pré-existem às campanhas e aos candidatos, visto dependerem de aspetos culturais e vivên-

cias anteriores. Por exemplo, há eleições que, à partida, são consideradas muito importantes e outras a que não é atribuída igual relevância. Há candidatas, que antes de serem candidatas são percebidos como homens de negócios ou, por exemplo, afetos a determinados interesses económicos.

Nota-se, ainda, que a percepção dos objectos das agendas está relacionada com o conhecimento que se tem dos assuntos tratados. Neste sentido, os eleitores tendem a formar a sua opinião de maneira mais rápida e definitiva sobre os assuntos de que têm conhecimento através da sua experiência quotidiana (por exemplo o preço dos bens de primeira necessidade) e procuram maior informação sobre aqueles com que contactam apenas através das notícias (por exemplo, política externa, questões financeiras). Há, contudo, assuntos tratados nas agendas que, dada a sua complexidade e repercussão na vida quotidiana, levam os eleitores já com opinião formada a buscar novas fontes de compreensão. Tais assuntos são, por exemplo, o desemprego e a segurança (McCombs e Reynolds, 2002:8-10)

### **Estudos sobre as eleições**

Como se viu, os estudos sobre as eleições surgiram nos Estados Unidos associados aos efeitos dos media nos cidadãos. Os Estados Unidos foram a primeira democracia ocidental a desenvolver uma sociedade de consumo em que os meios de comunicação de massa, bem como as estratégias de propaganda, publicidade e marketing tiveram grande importância económica. Na Europa, estes estudos só surgiram na década de 80, após a desregulamentação do mercado dos media. Convém referir que, até esse momento, os estados europeus tinham

grande controlo sobre a imprensa e eram detentores dos canais de televisão aos quais eram atribuídas as funções públicas de formar, informar e educar. Por outro lado, os estudos sobre os media e a comunicação foram preferencialmente inseridos numa perspectiva filosófica e linguística, recorrendo muito raramente aos estudos empíricos.

Nos Estados Unidos, a relevância atribuída às estratégias de publicidade e marketing e os seus efeitos nos públicos criaram condições para o desenvolvimento de áreas disciplinares como a Sociologia da Comunicação e a Communication Research (Pesquisa em Comunicação) que foram apoiadas por instituições públicas e privadas. Os estudos empíricos sobre as eleições inserem-se nestas pesquisas e, independentemente dos paradigmas e das escolas, objectivaram analisar o impacto dos media na democracia americana, nomeadamente as formas como foram agendadas as temáticas (por exemplo, McCombs e Shaw, 1972; Weaver et al., 1981), construídas as imagens dos candidatos (por exemplo, Jamieson, 1993) e como estes procedimentos incidiram na qualidade da democracia e na formação da opinião pública (por exemplo, Graber, McQuail e Norris, 1988, Brody, 1991).

Na Europa, a pesquisa empírica adquire maior expressão a partir da década de oitenta, quando se iniciam mudanças nos sistemas nacionais e internacionais de comunicação, provocadas quer pelo desenvolvimento de novas tecnologias quer pelas exigências de políticas de liberalização dos mercados. Esta nova realidade europeia incentivou um novo tipo de investigação sobre a comunicação política refletindo os três grandes contextos de alteração: o contexto político, o contexto mediático e

o contexto social (Blumler e Gurevitch, 1982, 1995, 2000). Desde então, e tendo como foco a Democracia centrada nos media, surgem em diversos países europeus, estudos empíricos sobre esta nova realidade (Fergusen, 1990; Franklin, 1994), bem como estudos comparados com os Estados Unidos da América (Semetko e all., 1992; Blumler e Gurevitch, 1995), discutindo a chamada americanização da política e a contaminação da comunicação política pelas lógicas do mercado e da publicidade.

Outros trabalhos de investigação tiveram como objectivo a análise de mandatos e a construção da imagem pública dos governantes políticos, principalmente no interior do sistema político e mediático norte-americano. Entre estes estudos, salientamos os realizados por Edelman (1988), Brody (1991), Graber e Weaver (1996) sobre a construção e evolução da imagem dos líderes políticos nos media noticiosos. Edelman (1998) afirma que a avaliação de um líder político não decorre do desempenho efetivamente demonstrado, mas sim da volatilidade da opinião pública dependente dos interesses organizados e do espectáculo dos media, sobretudo da televisão. Neste cenário, onde o exercício da Democracia está cada vez mais dependente dos dispositivos mediáticos, o líder político surge rodeado de uma dramatologia cada vez mais forte, mas simultaneamente, cada vez mais banal nos seus padrões de execução. Esta dramatologia tende a concentrar-se na descrição do carácter, personalidade, temperamento, traços pessoais; exigindo uma liderança persuasiva e flexível, com a qual o cidadão ora se identificará ora se distanciará. Ao mesmo tempo, e acompanhando os acelerados ritmos das imagens nos media, este autor evidencia a erosão cada vez mais rápida da imagem do líder em

funções.

O estudo de Brody (1991), que incide sobre a popularidade dos presidentes americanos, de Eisenhower (Janeiro de 1953) a Bush (Agosto de 1989), correlaciona os factores de política interna e externa com os indicadores de cobertura presentes na imprensa e na televisão, avançando que nem sempre os sucessos na política interna e externa resultam numa boa imagem pública e, por outro lado, nem sempre os insucessos internos e externos forjam uma má imprensa e um decréscimo de popularidade. Segundo este autor, para estes fenómenos contribuem muito mais as expectativas depositadas nos presidentes empossados, as alternativas políticas existentes e factores de ordem emocional, como escândalos ou eventos singulares. Por outro lado, a prestação de um presidente decorre dentro de uma espiral de declínio inevitável, onde após um estado de graça, que oscila entre os três e os seis meses, os media noticiosos, os analistas políticos e a opinião pública tendem a cobrar o cumprimento das promessas assumidas. O autor identifica também nos segundos mandatos um período de estado de graça, normalmente mais curto que os vigentes nos primeiros mandatos. Este facto acontece pelo facto de, mesmo com votações maioritárias, há um certo conformismo político e as relações entre os governantes e os media noticiosos, analistas políticos e opinião pública, retomarem, rapidamente, a postura crítica do final do mandato anterior.

A investigação de Graber e Weaver (1996), realizada em jornais, revistas e biografias, incidiu sobre os traços mais apreciados nos presidentes, em exercício, dos Estados Unidos. Com base em dois períodos, Era Pré-televisão (Roosevelt, 1901-9 a Eisenhower, 1953-61) e Era

Televisão (Kennedy, 1961-63 a Bush, 1989-93), os pesquisadores elegeram 10 categorias prevaletentes: Antecedentes, Intelecto, Motivação, Personalidade, Relacionamentos, Estilo de Comunicação, Competências de Liderança, Estilo Político, Estilo de Decisão e Competências de Gestão. Contudo, e segundo os mesmos autores, a hierarquização dos traços mais apreciados, não é igual nos dois períodos assinalados, verificando-se na Era Pré-televisão, valores sensivelmente iguais para todas as categorias e, na Era Televisão, uma prevalência das categorias Personalidade, Antecedentes e Estilo Político. Para os autores, estes resultados apontam para a centralidade da televisão na democracia e demonstram a sua influência nas coberturas realizadas pela imprensa e na construção da imagem dos líderes políticos.

Convém, ainda, reportar dois outros estudos sobre a realidade europeia: um texto sobre o declínio da imagem da elite política alemã (Kepplinger, 2000) com base na cobertura da imprensa e um outro sobre tendências de cobertura de eleições no mesmo país (Wilke e Reine mann, 2001). Kepplinger analisa, dos anos 60 aos anos 90, a cobertura que os jornais alemães fazem dos políticos, constatando uma ênfase crescente no conflito e nas perspectivas negativas. Este fenómeno é, segundo os autores, identificável nas estratégias de comunicação da elite política, que privilegia as afirmações negativas sobre os seus pares, pressupondo obter, com estes comportamentos, melhor e maior acesso aos media noticiosos e, conseqüentemente, maior publicidade no espaço público. No segundo artigo, de autoria de Wilke e Reineman, discute-se a evolução das coberturas das eleições na Alemanha, tendo como parâmetro as características atribuídas às campanhas eleitorais nos Estados Unidos.

A análise focalizou preferencialmente a proeminência, personalização, tom e interpretação jornalística das campanhas alemãs, principalmente no que toca à figura do candidato a chanceler. Os resultados não são conclusivos no sentido de fundamentar as afirmações de um progressivo desinteresse pelas campanhas, maior negativismo, personalização e interpretação das notícias. Estas conclusões levam estes autores a divergir da tese de uma progressiva americanização da política europeia.

Um outro aspecto importante nas eleições ocidentais nas últimas décadas é a cíclica referência à crise da democracia e ao papel dos media na sua definição. O conceito de crise assenta na ideia de ruptura no funcionamento de um sistema, caracterizando-se pela sua imprevisibilidade, delimitação no espaço e incidência no funcionamento do próprio sistema. Para Pasquino (2004), as crises dos sistemas políticos afectam, simultaneamente, os mecanismos e os dispositivos jurídicos e constitucionais do regime e as relações económicas e sociais. A capacidade do sistema político, incluindo a dos seus agentes, em se adaptar às mudanças e aos desafios, determina, em grande parte, a resolução, ou superação, da crise. As crises governamentais tendem a ter a sua origem quer em factores internos ao contexto governamental quer em interacções da estrutura governamental com a sociedade (Pasquino, 2004: 303-4). A noção de crise política permite, ainda, compreender as dialécticas de continuidade e ruptura, promovendo a conexão, real e imaginária, entre uma ordem hegemónica e uma desordem desestabilizadora.

Para Raboy e Dagenais (Raboy e Dagenais, 1992: 2-5), numa situação de crise política, os media têm um papel central,

não só porque se trata de um momento em que o sistema político é posto em causa – a informação em democracia é a garantia da existência dos meios de comunicação – como pelas vantagens económicas que acarreta às empresas dos media. Na sequência deste raciocínio, os media tendem a fabricar as crises, bem como a dar maior visibilidade às crises fabricadas que às genuínas, promovendo o poder dos actores sociais que as suscitam. Subjacente a esta afirmação, está a constatação de Keane (1992: 20-21) de que as democracias ocidentais criaram um sistema de relações perigosas entre a classe política, as empresas, os profissionais dos media e os jornalistas, abrindo espaço a situações menos claras e a decisões corporativas. Para o mesmo autor, e na sequência deste processo, as fronteiras entre os interesses do Estado e os de determinados grupos de poder hegemónicos tendem a esbater-se, dando lugar a tráficos de influência e a poderes não escrutinados democraticamente. Por outro lado, e em simultâneo, os sistemas políticos democráticos, em situação de crise, tendem a assumir medidas de segurança que passam pela imposição de restrições à actuação dos media e também pelo controlo das fontes e das agendas noticiosas.

A crise política é também um tipo de discurso sobre a coisa pública no espaço público, que envolve códigos específicos de significado, onde se privilegiam narrações, fontes e líderes de opinião com determinados pontos de vista, nomeadamente os que se identificam com grupos de interesse e posições de classe. Segundo Bruck (1992: 109-110), constituem estratégias discursivas do desenvolvimento da crise política, os dispositivos que tendem a torná-la um espectáculo, através da hipermediatização do evento e dos actores, nomeadamente recorrendo à

substância noticiosa privada, à personalização dos contextos institucionais e públicos e aos enquadramentos moralistas. Na continuação deste raciocínio, o mesmo autor afirma que, no contexto actual de concorrência empresarial dos media, mesmo os jornais ditos de qualidade utilizam as primeiras páginas como espelho das crises, orientando os pontos de vista dos leitores através do recurso à fotografia e aos títulos sensacionalistas.

Um outro aspecto importante é o papel do infotainment, informação veiculada nos meios de comunicação em forma de entretenimento, não só nas primeiras páginas dos jornais de referência, como nos noticiários televisivos. Segundo Kress e van Leeuwen (1999) e Norris (2000), as primeiras páginas da imprensa, incluindo as dos jornais de referência, são as que mais reflectem as contaminações operadas pela cultura imagética da televisão. As primeiras páginas articulam dispositivos visuais, como a diagramação, a disposição dos textos em blocos, as chamadas, os títulos e as fotografias que ultrapassam o sentido do texto escrito. Segundo estes autores, o recurso a estudos empíricos quantitativos e qualitativos permite observar regularidades não só na apresentação da informação, como na percepção da informação veiculada (Kress e van Leeuwen, 1999: 205-206). Por outro lado, a valorização gráfica das primeiras páginas, obtida com recurso a fotografias e à disposição de títulos em leads em blocos, é um dos factores que mais influi na construção das saliências significativas da primeira página (Kress e van Leeuwen, 1999) e na construção da imagem dos políticos (Sparks e Tulloch, 2000; Norris, 2002; Louw, 2005). Na perspectiva destes autores, o tipo de valorização gráfica, em associação ao layout das primeiras páginas, estrutura as relações entre texto e imagem, estabelecendo relações

de significação que podem ser corroborativas, contraditórias ou contrárias. Estas relações são ainda mais determinantes no caso das fotografias e foto legendas, na medida em que a sua disposição e dimensão, determinam procedimentos de scaneamento das primeiras páginas pelos leitores que, por sua vez, tendem a influenciar as posteriores leituras. Por outro lado, as fotografias e foto legendas constroem a imagens dos fotografados, tanto pelas imagens seleccionadas, que levam à criação de uma imagem de marca adstrita a uma personalidade política, como pelos elementos emocionais e de palco que acabam por a compor (Louw, 2005).

Estas observações vêm, por um lado, apoiar os estudos que sublinham a tendência dos media noticiosos em privilegiar o infotainment na comunicação política, isto é, as notícias leves em contraste com as notícias sérias (Patterson, 2003), o conflito em detrimento do consenso (Capella e Jamieson, 1997), a personalização ao invés das ideias (Blumler e Gurevitch, 1995, Jamieson, 1992), acentuando os aspectos de cinismo e negativismo na cobertura política (Patterson, 1994). Contudo, e como observa Brants (1998), as análises de conteúdo disponíveis apresentam um quadro ambíguo e contraditório do crescimento de notícias de tipo infotainment (Brants, 1998), sendo que as primeiras páginas apelativas não correspondem, necessariamente, a conteúdos menos aprofundados.

### **Mediatização da política e marketing político no Ocidente**

No Ocidente, as alterações das práticas democráticas políticas devem-se, em grande parte, ao desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação. Se a imprensa foi

considerada desde o século XIX um dos meios mais importantes e credíveis de promover a responsabilidade civil e a democracia de ideias na Europa e nos Estados Unidos, o papel da televisão já não reúne semelhante consenso.

Como afirma Grabe (2009:45), a televisão é, entre todos os meios, o mais igualitário, mas tem sido acusado de promover uma ideot culture e apelar à emoção em detrimento da razão.

As elites tendem a criticar a televisão por entenderem que distorce a realidade política, oferecendo-lhe uma informação condensada em forma de infotainment e não uma informação substantiva. Por outro lado, estudos empíricos demonstram que as notícias políticas na televisão contribuem para a banalização do discurso público e para a erosão da responsabilidade eleitoral (Schudson, 1998:20). Simultaneamente, as televisões e os jornalistas tornaram-se demasiado agressivos, intervindo e opinando nas notícias, bem como controlando muitos dos acontecimentos políticos. Estes aspectos são observáveis na diminuição dos tempos de antena concedidos aos candidatos políticos e na forma como são editadas as notícias, onde há uma tendência a colocar a voz dos repórteres sobre as frases dos candidatos, resumindo as suas intervenções a sound bites cada vez mais curtos. Como refere Hallin (1992:9-10), a alteração do estilo de reportagem jornalística, nos Estados Unidos, deu-se entre 1960-1988, quando as reportagens passaram a centrar-se não no que os candidatos disseram nas campanhas (matéria-prima), mas no que os jornalistas dizem sobre as campanhas (uma nova narrativa construída pelos jornalistas). Estas mudanças jornalísticas agressivas, com o objectivo de manter as audiências, devem ser enquadradas na era Regan-Bush e estão relaciona-

das com as pressões económicas advindas da implementação da televisão por cabo e da crescente necessidade das empresas mostrarem lucros.

A diminuição do tempo de intervenção (sound bites) nos media dos políticos gerou a convicção, entre os políticos e as elites, de que há um progressivo desvirtuamento da qualidade política e da capacidade dos políticos de chegarem aos eleitores. A resposta apresentada foi o desenvolvimento do marketing político e, simultaneamente, de estratégias de persuasão política mais agressivas face ao eleitorado e aos meios de comunicação. Por outro lado, uma vez que o sound bite, a mensagem do candidato, é truncado, encurtado e enquadrado pelo jornalista, a imagem do candidato (image bites), que surge mais demoradamente nas notícias, adquire grande relevância (Grabe, 2009:54).

Com o objectivo de chegar aos eleitores e contornar os constrangimentos identificados nos media, principalmente na televisão, os partidos tendem a escolher os candidatos com maior potencialidade mediática, utilizando o marketing político e um processo de personalização política. É nos anos 50 que se iniciam as primeiras campanhas nos Estados Unidos com recurso a estratégias de marketing político associado ao marketing comercial, sendo que, entre 1952 e 1968, as campanhas políticas foram geridas por agências de publicidade. Por exemplo, a campanha de Nixon foi estudada como *The selling of the President* (McGinniss, 1969), bem como outras campanhas eleitorais, de Nixon a Clinton (Jamielson, 1996). O marketing comercial e político têm o mesmo objectivo: tentar persuadir o público de que a sua oferta representa a melhor resposta para uma determinada finalidade. No entanto, o marketing

político distancia-se do comercial na medida em que está sujeito ao escrutínio jornalístico e está fundado na compreensão da natureza política, económica e social dos contextos envolventes.

O processo de personalização política é não só uma resposta às dificuldades que os partidos políticos encontram em funcionar como agentes representativos dos eleitores, mas também um processo “económico” de catalisar as atenções dos eleitores para um candidato construído mediaticamente à maneira das celebridades. A construção da imagem dos candidatos faz-se através do marketing político que, a partir das expectativas dos eleitores e das potencialidades dos candidatos, desenha o perfil mais conveniente para o partido e para o candidato. Na imagem pública do candidato, estão sempre incluídos os atributos de confiança, autoridade e segurança. No entanto, a credibilidade do candidato depende, também, daquilo que da vida privada se torna público, como a aparência física e moral e a proficiência discursiva (falar bem, ter a palavra certa no tempo certo) e imagética (ter uma aparência serena, vestir-se adequadamente).

Neste contexto, fazer política envolve novos actores, que estão preferencialmente localizados nos bastidores das campanhas políticas (Louw, 2005). Estes actores são profissionais altamente especializados, tais como os especialistas em políticas públicas, os assessores políticos (spin doctors), os jornalistas e comentadores políticos e as empresas de marketing. As características destes profissionais são a especialização em técnicas e estratégias de comunicação, a ausência de filiação partidária e ou lealdade partidária. A entrada destes especialistas no jogo político teve como consequência não só a complexificação das relações

políticas no interior das democracias ocidentais, como a definição da posição dos actores dentro do jogo político.

Assim, as eleições políticas envolvem processos complexos de gestão de informação e de comunicação, assim como capacidades e competências específicas de gestão de recursos humanos e tecnológicos. O objetivo estratégico é a administração de impressões nos grandes media, principalmente na televisão, onde os políticos se encontram mais tempo expostos e são obrigados a assumir um perfil. Neste contexto, cabe aos assessores e relações públicas, denominados homens dos bastidores, a monitorização, com a ajuda de sondagens, da imagem do candidato junto aos eleitores.

## Conclusão

Ao longo desta exposição, abordou-se o conceito de informação, direito à informação e à comunicação numa sociedade democrática. Pretendeu-se, também, mostrar como os profissionais dos media e os media determinam a qualidade da informação e da democracia e como as eleições e as campanhas políticas são um dos elementos centrais para a construção democrática. No século XX e no início do XXI, os media tradicionais (imprensa, rádio e televisão) e os digitais (internet, telemóveis) constituem os maiores veículos de informação e os locais privilegiados para a gestão dos discursos e da persuasão política. Os media (tradicionais e digitais) também se tornaram não só actores políticos, como também palcos de jogos políticos, onde circulam, pelo menos numa perspectiva formal, os representantes de todos os cidadãos, assim como as opiniões de todos os eleitores. Por outro lado, dentro deste novo quadro, surgiram formas públicas, mais agressivas e informais, de expressão

discursiva das opiniões, durante as campanhas eleitorais, que devem ser entendidas como um confronto positivo, sinal de vitalidade e qualidade democrática.

Convém, ainda, referir que, nos últimos anos, e sobretudo no ano de 2010/2011, os media digitais, nomeadamente a internet e o telemóvel, adquiriram maior intervenção nos processos políticos formais e informais. Se, por exemplo, na campanha política do Presidente americano, Barack Obama, em 2008 (Jamieson, 2009), a internet constituiu uma ferramenta de angariação de apoiantes e fundos, nos movimentos democráticos dos países do Norte África (2010/2011), este dispositivo foi a alavanca dos movimentos sociais e das mudanças de democratização política. Face a estes novos fenómenos e movimentos, estes meios tendem a adquirir uma relevância crescente nas formas de comunicação política entre os cidadãos e entre estes e os políticos. Em contrapartida, surgem cada vez mais como instrumentos de aproximação e organização dos cidadãos no espaço público, através de blogs, páginas pessoais e das múltiplas redes sociais. Neste contexto, não é possível deixar de frisar as cadeias globalizadas de televisão especializadas em informação, nomeadamente aquelas que competem por novos mercados e por informação actualizada, incorporando notícias, vídeos e testemunhos de cidadãos-jornalistas. Salientam-se, por exemplo, a Al-Jazira, as empresas que têm emissões destinadas a públicos regionais, como a CNN e a BBC, mas também a Globo Internacional.

Como se verificou, os métodos e práticas do marketing político americano alargaram-se a todos os países. Primeiro foi a contratação de assessores americanos para campanhas em outros países, por exemplo Inglaterra e França, depois

os cursos e programas de estratégia política ministrados pelos americanos, a bibliografia americana e a divulgação das estratégias das campanhas pela generalidade dos meios de comunicação. Em Portugal, por exemplo, desde a década de noventa que se fazem contratações de especialistas brasileiros e ingleses em marketing político para assessorar as campanhas eleitorais dos candidatos dos grandes partidos.

A personalização da política, mesmo em sistemas políticos em que há grande partilha de poder entre os diversos órgãos governativos, tornou-se uma constante. Os políticos mantêm, mesmo após as campanhas eleitorais, um enorme e complexo staff que os assessoram na gestão da imagem pública. Criar eventos para os media e antecipar as agendas dos media tornou-se o grande objetivo e a única forma detectada pelos candidatos, políticos e governantes de chegar aos eleitores e cidadãos. A gestão da imagem envolve questões que vão da escolha do vestuário à preparação do sound bite e da image bite até às medidas de prevenção e antecipação relativamente à designada indústria do escândalo ou, ainda, a manutenção de páginas pessoais e sítios interativos.

Todos estes factores encontram-se globalizados e representam a expansão de contextos sociais, políticos, tecnológicos e económicos semelhantes que originam e permitem esta forma de fazer política. Os resultados destas práticas são variados. Num primeiro momento, há um alheamento dos cidadãos da política partidária e representativa. Mas, simultaneamente, têm crescido os movimentos sociais e as formas de participação alternativas que visam chamar a atenção para novas problemáticas, recorrendo a dispositivos digitais e às redes sociais.

## Referências bibliográficas

- BENNETT, L. e ENTMAN, R. (2001). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: University Press.
- BLUMLER, J. G. e GUREVITCH, M. (1982) "The political effects of mass communication" In: GUREVITCH, M., BENNETT, T., CURRAN, J. e WOOLLACOTT, J. *Culture, Society and the Media*, London: Routledge: 236-267.
- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (1995) *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- BLUMLER, J.G. e GUREVITCH, M. (2000) "Rethinking the Study of Political Communication" In: CURRAN, J. e GUREVITCH, M. *Mass Media and Society*. London: Arnold: 155-172.
- BOURDIEU, P. (1979) *La Distinction*. Paris : Minuit.
- BOVONE, L. (2001) Os novos intermediários culturais: considerações sobre a cultura pós-moderna In: FORTUNA, C. (2001) *Cidade, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta, pp. 105-120.
- BRANTS, K. (1998) "Who is afraid of information?", *European Journal of Communication*, 13 (3), London: Sage: 315-335.
- BRODY, R.A. (1991) *Assessing the President: the Media, Elite Opinion and Public Support*. Stanford: University Press.
- BRUCK, P. (1992) "Crisis as Spectacle: Tabloid News and Politics of Outrage" In: RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992) *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage: 108-119.
- BRYANT, J. e OLIVER, M. B. (2008) *Media Effects: advances in Theory and Research*, New York: Routledge.
- BRYANT, J. e ZILMANN, D. (2002) *Media Effects: advances in Theory and Research*, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- CAPELLA J.N. e JAMIESON, K.H (1997) *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Oxford: University Press.

- CASTELLS, M. (2004) *A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- COULDRY, N., LIVINGSTONE, S., MARKHAM, T. (2010) *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*. London: Palgrave/Macmillan.
- EDELMAN, M. (1998) *Constructing the Political Spectacle*, Chicago: The University of Chicago Press.
- FERGUSON, M. (Ed.) (1990) *Public Communication: The New Imperatives*, London: Sage.
- FRANKLIN, B. (1994) *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.
- GIDDENS, A. (2000) *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença
- GIDDENS, A. (2004) *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- GRABE, M. E. (2009) *Image bite politics. News and the visual framing of elections*. Oxford: University Press.
- GRABER, D. e WEAVER, D. (1996) *Presidential Performance Criteria: The Missing Element in Election Coverage*, *Press Politics* 1(1), Harvard: Harvard University, 1(1): 7-32.
- GRABER, D., McQUAIL, D., NORRIS, P. (1998) *The Politics of News The News of Politics*. New York: C Q. Press.
- HABERMAS, J. "Delimitação propedêutica de um tipo de esfera pública burguesa" In: *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro: 1984: 13-41.
- HALLIN, D.C (1992) "We Keep America on Top of the World. Television Journalism and the Public Sphere", *Journal of Communication*, 3(4): 14-26.
- JAMIESON, K. (1992) *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy*. Oxford: University Press.
- JAMIESON, K. H. (1996), *Packaging the Presidency: A history and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford: University Press.
- JAMIESON, K. H. (2000) *Everything you think you know about politics and why you are wrong*. New York, Basic Books Group.
- JAMIESON, K. H. (2009) *Electing The President, 2008: The Insiders View*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- KEANE, J. (1992) *The Crisis of The Sovereign State*, in RABOY, M. e DAGENAIS, B., *Media, Crisis and Democracy*, London: Sage.17-33.
- KEPPLINGER, H.M. (2000) *The Declining Image of the German Politic Elite*, *Press Politics*, Harvard: University Press, 5 (4): 71-88.
- KRESS, G. e T. van LEEWEN (1999) *Front Pages: (The critical) Analysis of Newspaper Layout*, in BELL, A. e GARRETT, P. (eds). *Approches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers:187-219.
- LAZARSFELD, P., BERELSON, D. e GAUDET, H. (1944, 1996) *The People's Choice: How the Voters Makes His Mind in a Presidential Campaign*, London: Sage.
- LIPPMAN, W. (1922, 2007) *Opinião Pública, Rio de Janeiro: Ed. Vozes*.
- LITTLEJOHN, S.W. (1988) *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*. Rio de Janeiro: Guanabara.
- LOUW, E. (2005), *The Media and Politics Process*, London: Sage.
- MCCOMBS, M. e REYNOLDS, A. (2002) "News Influence on our pictures of the worlds" In: BRYANT, J. e ZILLMANN, D. (2002) *Media Effects: advances in Theory and Research*, Mahwah: Lawrence Erlbarn Associates.
- MCCOMBS, M. e SHAW, D.L. (1972) "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quartley*. 36(2), Oxford, University Press: 176-187.
- MCCOMBS, M., SHAW, D. e WEAVER, D. (1997). *Communication and Democracy*. London: Lawrence Erlbaum Associates: 29-40.
- MCGINNIS, J. (1969) *The Selling of The Pre-*

sident, New York: Trident Press.

MCNAIR, B. (1999) *Introduction to Political Communication and Society*, London: Routledge.

MESQUITA, M. (2003) *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva Coimbra.

NORRIS, P. (2002) *A virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge: University Press.

PAPACHARISSI, Z. (2009) *Journalism and Citizenship: new Agendas in Communication*. London: Routledge.

PASQUINO, G. (2004) "Crise" In BOBBIO, N., MATTEUCI, N. e PASQUINO, G. *Dicionário de Política*. Brasília: UNB: 303-306.

PATTERSON, T. E. (1994) *Out of Order*. New York: First Vintage.

PATTERSON, T.E. (2003) "Tendências do Jornalismo Contemporâneo: Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia?" *Media & Jornalismo*, 2, Lisboa: CIMJ: 19-47.

RABOY, M. e DAGENAIS, B. (1992) *Media, Crisis and Democracy*. London: Sage.

SCHUDSON, M. (1998) *The Good Citizen: A history of American Civic Life*, New York: Free Press.

SEMETKO e al. (1991) *The Formation of Campaigns Agendas*, Nova York: Lawrence Erlbaum.

SPARKS, C. e TULLOCH, J. (2000) *Tabloid Tales*, London: Rowman & Littlefield Publishers.

SWANSON, D. (1995) "El Campo de Comunicación Política. La Democracia Centrada en Los Media", In: MUÑOZ-ALONSO, A. e ROSPIR, J.I. *Comunicación Política*, Madrid, Editorial Universitas: 3-24.

TRABER, M. e C. (1997) *Communication ethics and universal values*. Thousand Oaks: Sage.

WEAVER, D., GRABER, D., MCCOMBS, M. e EYAL, C.H. (1981, 1998) *Media Agenda Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interest*, Westport: Greenwood.

WILKE, J.W. e REINEMANN, C. (2001) "Do the Candidate Matter? Long-Term Trends of Campaign Coverage- A Study of the German Press since 1949". *European Journal of Communication*, 16 (3), London, Sage: 291-314.

WOLTON, D. (1999) *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel.

# Media no Século XXI: Uma Análise Focalizada no Caso de Moçambique

## Introdução

Este texto visa, basicamente, aflorar duas questões, designadamente a relação entre os media e o ambiente sócio-político e económico que os circunda, bem como os múltiplos desafios que resultam dessa interacção para um país na condição social e económica de Moçambique.

Tematicamente o texto discute, em termos gerais, a problemática das relações de propriedade com o mercado na aferição do desempenho dos media e disserta ainda sobre a teorização do seu impacto em relação ao seu público-alvo. No caso de Moçambique, o texto inclui uma abordagem sobre o espaço dos media não-públicos, seguida de uma breve reflexão em redor dos desafios que se colocam para o país neste limiar do século xxi. Estes desafios dizem respeito, entre outros aspectos, às relações entre os media e o desenvolvimento e o processo de consolidação da democracia, num contexto de desequilíbrio crescente nos fluxos de informação entre o Norte desenvolvido e países do Sul subdesenvolvidos, como o é o caso de Moçambique.

## A questão do controlo dos Media

O ponto de partida para a abordagem que se segue é constituído por uma asserção básica acerca do lugar dos media no contexto de um espaço político em que estejam inseridos. Sucintamente, os media, em qualquer Estado, assumem uma postura que é largamente

Eduardo J. Siteo, Ph.D.

Professor Universitário

determinada pelas vicissitudes político-institucionais e pelos ditames estruturais de natureza social, económica e política que os circundam (Herbert Kitschelt: 1990).

Este pressuposto integra três dimensões principais: ao nível do sistema tomado como um todo, ao nível dos agentes e, finalmente, ao nível da estrutura ou regime de propriedade dos media. Ao nível do sistema, David Easton (1960) admite-se que os media, pela razão de actuarem num sistema determinado, e como todos os outros actores sociais, têm a função de proteger, assegurar e promover esse espaço que cria o ambiente para a sua emergência, operação e sustentabilidade. Quanto aos agentes sociais, parece menos problemático afirmar que aqueles agentes investidos de legitimidade suficiente, e que fazem alocação autoritária de recursos, são os que seus interesses e valores determinam os trilhos que são percorridos pelos media (cf. Harold Lasswell, 1988). Do exposto atinge-se a dimensão do regime ou estrutura de propriedade. Ou seja, infere-se que o regime de propriedade é um factor importante na medida em que determina o conjunto de assuntos que atingem a atenção e notoriedade dos media e, igualmente, o tipo de cobertura das vicissitudes de rotina inerentes.

Será a dicotomia media públicos e não-públicos (ir)relevante? Na perspectiva deste texto, e na lógica do pressuposto enunciado, a dicotomia é relevante pelo menos num ponto crucial: os media públicos, na sua generalidade, não assumem consistentemente uma postura de contestação ao poder político legítimo, nem pugnam pela mudança do regime instituído e substituição do sistema político em que estejam inseridos; a não ser que tal poder político perca a

sua legitimidade e, de algum modo, perca a capacidade de alocar recursos nas sociedades que governa. Esta constatação é evidentemente menos controversa quando se trata de serviços de comunicação social do próprio poder político. Nestas circunstâncias o espaço de intervenção e o leque de opções dos media públicos dependerá também da linha de demarcação (ou intervalo) entre o monolitismo e o pluralismo do regime. Refira-se, e como argumenta Munyuki (1996) e deixam apenas sugerido Shanto Iyengar (1993), Shanto Iyengar e Donald Kinder (1987) e Ignacio Ramonet (1996), que a legitimidade em questão deverá ser aferida sobretudo em relação à própria comunicação social tomada como um todo. A lógica é de que sendo o regime legítimo, sê-lo-á também em relação à própria comunicação social autóctone.

Nesta acepção, os media não-públicos são todos aqueles que, estruturalmente, são independentes em relação ao poder do Estado, do Governo. Estes podem, entretanto, ser inteira ou relativamente dependentes doutros centros de poder dentro e/ou fora do espaço político em que actuam. De facto, muitos media são pertença de interesses financeiros monopolistas (bancários e industriais) de abrangência estatal e/ou inter-estatal (Ignacio Ramonet, 1996 e Bagehot, 1994). Vejam-se os casos dos impérios de Rupert Murdoch e Bertelsmann. Obviamente, nesta análise excluem-se os serviços de comunicação social de agremiações políticas, religiosas, filantrópicas e demais que se instauram com o exclusivo propósito de advogar a favor dos interesses, preferências e valores dos respectivos proprietários; sendo, por isso, tão evidente o seu vínculo de dependência como o dos serviços de informação do poder político.

Outros media que não estão directamente ligados aos poderes públicos, nem a interesses financeiros hegemónicos, estão de certa maneira ligados a empresas que detêm acções nas suas iniciativas associativo-empresariais. Quando nenhuma das circunstâncias re-tromencionadas aparece para dela se aferir o grau de relativa (in) dependência dos media, surge o outro factor que, nos últimos anos Abidi (1991) assume maior relevância analítica: a questão do negócio da publicidade.

Num estudo realizado em 22 media dos de maior circulação da América-Latina, Abidi (1991) constatou que a rádio e televisão dependiam, na sua quase totalidade, do negócio da publicidade e os jornais dependiam das receitas da venda apenas em 30%, sendo os 70% restantes inteiramente constituídos pelas receitas de publicidade. A constatação, pois, é de que nalguns casos este factor chega a ofuscar a linha divisória entre media públicos e não públicos, e, dentro destes últimos, entre os media de interesses financeiros e aqueles sem uma directa relação empresarial com outros interesses que não os do circuito da comunicação social.

## **Mercado e os media**

O capítulo precedente concentrou-se nas vicissitudes das relações de propriedade dos media abordando quatro vectores deste relacionamento: poder político, media, finanças e publicidade. Assumiu-se que os vectores das finanças e da publicidade tendem a reduzir ou até ofuscar a linha divisória entre os media públicos e não-públicos. Isto, independente doutros factores de aferição da (in) dependência dos media, designadamente, o profissionalismo e os valores e dados subjectivos característi-

cos dos fazedores da comunicação social. Aqui relewa uma indagação: pode o jornalista ser independente quando o órgão não o seja, mesmo tendo em conta o seu profissionalismo, verticalidade e quejandos? Charles Wilson, editor do jornal londrino THE TIMES, propriedade de Rupert Murdoch, disse uma vez a um repórter que “quando eu quero uma opinião sua, rapaz, eu dou-lha” (Bagehot: 1994).

É igualmente facto sintomático que nos países onde os media públicos são praticamente inexistentes, o debate em torno da independência é particularmente direccionado contra a excessiva interferência e dominação de interesses financeiros hegemónicos na comunicação social, chegando-se mesmo a indicar como opção a via dos meios públicos (na plataforma do partido trabalhista britânico de Tony Blair – antigo Primeiro Ministro – havia uma disposição que era explicitamente contra a concentração e monopolização dos media). Sendo que, pelo contrário, em sociedades com relativa predominância de órgãos públicos, o enfoque independentista é equacionado com meios de propriedade privada. Este é um aspecto do contexto mais global de pluralismo político, de pugna pela criação de um espaço de participação política de interesses e valores diversos e divergentes na sociedade que é inerente ao momento de instauração e consolidação democrática que o mundo atravessa.

Entretanto há, sem dúvida, uma dimensão de concorrência pelo mercado: ser ou não contra o regime legítimo pode igualmente ser expediente estratégico para fazer passar a mensagem que é destinada ao público leitor. Mas qual o impacto dos media (in) dependentemente do seu estatuto ou regime de pro-

priedade (?)

Para melhor abordar esta questão partimos de dois princípios: que a função cívica da informação é a de orientar a opinião dos cidadãos e influenciar o sufrágio (Ramonet: 1996), e que o impacto dos media depende também dos níveis de sofisticação (política) do público leitor que tem um nível de sofisticação que, pelo seu turno, é indicador do grau de socialização atingido numa determinada sociedade política.

De recordar que se afirmou acima que os interesses, preferências e valores dos agentes legítimos, e que alocam recursos, determinam os trilhos fundamentais da sociedade como um todo, incluindo aqueles em que a comunicação social se desenvolve (Lasswell: 1988). E a socialização é, doutro lado, o processo no qual a sociedade garante a manutenção dos seus valores fundamentais nas novas gerações através de mecanismos de aprendizagem afectivo-cognitivas (Parsons: 1953). - E considerando, igualmente, que dentre os agentes de socialização os media pontificam ao lado das escolas, igrejas, famílias e grupos de idade.

Dos três níveis de sofisticação política, aquele que é mais susceptível de influência pelas mensagens veiculadas pelos media é o daqueles cidadãos que apresentam graus relativos de sofisticação (Converse, 1964). Isto é, numa divisão dos cidadãos em função dos graus de sofisticação (política), encontram-se os mais sofisticados, geralmente os mais instruídos e com uma dimensão cognitiva de socialização, os que carecem de qualquer sofisticação (e geralmente com níveis baixos de instrução), e aqueles que apresentam graus relativos de sofisticação e instrução. Os cidadãos

mais sofisticados estão constantemente expostos a novas mensagens políticas (subscrevendo todos ou quase todos os meios existentes ou os de maior circulação e potencial de impacto), e são também os mais capazes de defender os seus credos políticos. Outro grupo de cidadãos, geralmente o mais numeroso em sociedades menos desenvolvidas, é daqueles que praticamente não se confrontam com novas mensagens políticas, não as recebem ou não as percebem, e são, por isso, estáveis na sua limitada esfera de crenças. Portanto, os cidadãos mais susceptíveis de receber quaisquer influências políticas, são aqueles que apresentam graus relativos de sofisticação e, grosso modo, são capazes de receber e perceber novas mensagens políticas, mas não são sofisticados suficientemente para persistirem nos seus credos políticos.

### **Sobre o impacto dos media**

Após aflorar a problemática das relações de propriedade com o mercado na aferição da (in) dependência dos media, o capítulo anterior esboçou já a questão da relação entre estes e o público leitor. Viu-se que os media públicos ou não, enfeudados ou não a interesses financeiros hegemónicos ou presos aos ditames da publicidade tem, na generalidade, uma categoria de leitores atentos restrita em toda e qualquer sociedade política.

Neste capítulo leva-se a argumentação à indagação e delimitação do nexos causal entre a actuação dos medias e as atitudes sociais e os comportamentos políticos observáveis na população. Analistas dos efeitos de comunicação social distinguem três períodos históricos correspondentes a três desenvolvimentos teóricos até aos nossos dias que, essencialmente, in (a)firmam o im-

pacto da comunicação social na afixação das agendas políticas e na determinação das atitudes e comportamentos políticos das pessoas.

Nos meandros académicos, estas discussões assumem também contornos similares. George Lundberg em "The Newspaper and Public opinion" Soc. Forces, 1926 e Harold Gosnell em "Getting out the vote", Chicago: University of Chicago Press, 1927, protagonizaram uma discussão até hoje pertinente sobre a influência dos media nas atitudes políticas e nos comportamentos dos seus eleitores. Para Lundberg o poder dos media não vai para além de reflectir e reforçar valores políticos e preferências políticas concretas existentes no seio dos seus eleitores. Já para Gosnell o poder dos media é colossal; isto é, ele traduz-se dentre outros impactos possíveis, na determinação das agendas políticas e, sobretudo, na configuração de atitudes e comportamentos políticos dos membros da sociedade em que actua. Nesta relação dicotómica, consequências mínimas versus efeitos poderosos, importa sublinhar que o equacionamento do poder e o impacto dos media implica também, dentre outros, o exame da sua vulnerabilidade em relação aos ditames do mercado em sociedades democráticas. Sem, no entanto, nos reportarmos à dependência em relação à publicidade já referida. Quer dizer, como qualquer outro agente social numa sociedade democrática, os media respondem, essencialmente, à procura do consumidor e, nessa conformidade, eles pugnam pela identificação e antecipação dessa procura através de uma constante e cuidadosa investigação/localização das necessidades do consumidor.

Este processo pode ser aferido por circunstâncias diversas, dentre as quais

as seguintes são basilares: entre os media e os seus leitores medeia um conjunto de valores políticos e preferências políticas várias da sociedade em questão. Os leitores, de acordo com a credibilidade da fonte, a complexidade da mensagem e o grau da sua sofisticação política, escolhem determinados media com os quais julgam comungar ideias e posturas políticas. Por outro lado, os media ao articular as mensagens que colocam à disposição dos seus leitores, mensagens de que têm a presunção de serem "universalmente" aceites, acabam, necessariamente, por reflectir e reforçar valores políticos e preferências políticas específicas, influenciando, de algum modo, as atitudes e comportamentos políticos daqueles que consomem tais mensagens.

Das análises efectuadas e do exame desta relação dicotómica parece vingar a concepção de que o poder dos media está associado ao fenómeno do "media consensus"; ou seja, da contingência ou eventualidade de pontos de convergência entre as mensagens que os medias veiculam na sua totalidade sobre determinados factos sociais ou políticos. Este fenómeno, conforme sustentam especialistas desta área, traduz-se na compatibilidade entre o que os media difundem e os valores políticos que a sociedade respeita e enaltece. A independência dos media, nesta óptica, só é um critério válido se ela for apanágio não apenas dos próprios media isoladamente considerados, mas aferida a partir do conjunto dos valores que o sistema incorpora no seu plano institucional, normativo e simbólico.

### **Reflectindo sobre media no contexto de Moçambique**

Moçambique evoluiu no limiar da presente década numa situação de democra-

cia popular para outra de democracia liberal. Trata-se de duas formas específicas e diferentes de organização social e política. Na primeira, o Estado é uma totalidade hegemónica que corporiza os espaços privado e público de todos os cidadãos que se encontram nessa sociedade política, enquanto, na segunda, Estado e sociedade civil são duas entidades diferenciadas e autónomas corporizando respectivamente os espaços público e privado dos cidadãos.

Nesta base, numa democracia popular, como o foi Moçambique, carece de qualquer sentido a independência dos media (órgãos de informação, jornalistas e seus sindicatos!) em relação ao Estado na medida em que este surge como uma entidade que corporiza a totalidade do poder nesse espaço político. Esta realidade, no entanto, não tem nada de tenebroso na medida em que, historicamente, ela surge como contrapartida ao estado da natureza e à inviabilidade da convivência humana nele e, sobretudo, correspondeu a etapas e contextos específicos de evolução da espécie humana (Thomas Hobbes: [1651] 1968). Douro lado, na democracia liberal, o poder político entronizado no Estado visa apenas o bem-comum, a res-pública, ficando o conjunto das demais relações sociais dos cidadãos a cargo da sociedade civil; esta que, genericamente, comporta instituições religiosas, sindicais, empresariais, filantrópicas, culturais, desportivo-recreativas, e demais.

Este facto torna simultaneamente relevante a indagação da (in) dependência de qualquer órgão de informação em relação ao poder político e a determinação dos seus vínculos em relação ao conjunto das instituições que constituem o espaço da sociedade civil, ou por outras palavras, em relação ao

espaço do mercado entanto categoria ou tipo ideal (Max Weber: 1958). E, na realidade de um espaço político de democracia liberal emergente, e na vigilância dos vestígios do totalitarismo intrínseco às democracias populares, começa, efectivamente, por ser importante discernir o espaço de intervenção da informação não circunscrita ao entorno do Estado, permitindo a erupção e consolidação de outros poderes, até mesmo contestatários ao poder político instituído.

No entanto, é necessário denotar que numa sociedade política de democracia liberal o Estado, que apenas corporiza o poder político, visa o bem-comum ou a res-pública, e não quaisquer interesses individualizados do conjunto das relações sociais. Por isso, em essência, ser independente deste poder é metodológica e logicamente inconsistente e indefensável. A análise, contudo, deve situar-se na verificação do grau relativo de monolitismo e/ou pluralismo do regime, a efectividade das instituições do poder político que o conformam, a separação de poderes, e outros mecanismos procedimentais que asseguram o equilíbrio de interesses dentro da sociedade política como um todo. É sobre esta base de entendimento que se ergueram a BBC da Grã-Bretanha e a Lander Broadcasters da Alemanha.

Outrossim, o espectro informativo regido pelas regras do mercado desata, frequentemente, mecanismos próprios que precisam ser escrutinados com rigor e acuidade cuidando-se de se não fugir do totalitarismo do Estado para se embrenhar no dogmatismo do mercado, em que a relação de custos-benefícios, a procura do lucro e as vicissitudes da publicidade relevam na definição da política editorial e na estruturação dos conteúdos programáticos. Por isso, nas

democracias europeias, grandes corporações que intervêm na informação como a News Corporation, Axel Springer Verlag e Fininvest são submetidas a uma legislação pertinente que focaliza áreas como a publicidade, as propriedades múltiplas de edições, as quotas programáticas e demais.

Quiçá por estas considerações, e sem a pretensão de esgotar todos os argumentos relevantes acerca da questão, parece prudente e significativa a evolução registada desde o enfoque, insustentável e vazio, de uma informação assumida por definição como independente, para a noção mais polissémica e dinâmica de informação alternativa. Mesmo que não seja para traduzir com relativa fidelidade o carácter diverso, múltiplo e complexo das teias de interesses e poderes que circulam entre o Estado e o Mercado numa sociedade política de democracia liberal que, decisivamente, influenciam o desempenho da informação e seus profissionais.

### **O desafio dos media na promoção da Democracia**

A relevância do debate acerca do papel dos media numa sociedade democrática é estimulada pela ruptura metodológica no exercício da teorização do sistema democrático. Com efeito, a teoria democrática tem vindo a libertar-se de fundamentos teleológicos gradados na natureza humana (progresso, humanismo, verdade, socialismo) e na ortodoxia dos chamados valores primordiais da espécie humana (igualdade, liberdade, fraternidade) para, progressivamente, ser simplesmente equacionada com um mecanismo de formulação de políticas e de tomada de decisões que afectam a vida de toda a sociedade (Robert Dahl: 1989).

Ou seja, o que é (ou deve ser!) democrático é cada vez menos identificado com o conteúdo e a finalidade das políticas formuladas e com o alcance e implicações das decisões tomadas, e mais com os procedimentos institucionais através dos quais se chega a tais escolhas. Portanto, a participação e a competição transformam-se não só no *modus vivendi* tributário de uma sociedade democrática aos olhos do cidadão do século XXI, como também na *conditio sine qua non* para que uma sociedade política seja considerada, neste paradigma, entanto democrática.

Esta revolução paradigmática acompanha a evolução das sociedades modernas mais heterogéneas e crescentemente mais complexas do que as cidades gregas, os cantões suíços e os burgos medievais. Ao mesmo tempo que concentra a atenção do analista na dinâmica da escolha individual e, concomitantemente, nas resultantes sócio-políticas desse processo. Ora, só um cidadão informado poderá, substancialmente, participar e competir politicamente na sociedade em que se encontra inserido. Participar e competir, especificamente, visando a formulação de políticas e a tomada de decisões sobre os vários aspectos da vida social, política, cultural e económica da sociedade, materializando a sua vontade individual através de uma escolha informada e interventiva.

Mas, ao cidadão não se lhe reserva apenas a prerrogativa de consumidor da informação, constituído parte dos seus direitos (e deveres) de cidadania a produção e disseminação da informação desde as formas mais inter-pessoais às mais modernas que a evolução tecnológica permite. Daí a pertinência do trinómio: liberdade de expressão e de imprensa e direito à informação.

No caso concreto de Moçambique, e na sequência da argumentação supra, é sintomático da democraticidade do espaço da informação o facto de a maioria dos cidadãos, que, individual ou associativamente, intervêm no espaço da comunicação social, provierem de uma relação histórica imanente com o poder político instituído que, entretanto situam-se hoje num contínuo de vigilância crítica e criteriosa à uma confrontação franca e desprendida senão mesmo à uma hostilização indisfarçada com o poder político. Isso reflecte a pluralidade de interesses e visões na sociedade, amiúde não coincidente com a filosofia do poder legitimamente constituído, mas nem por isso menos necessária ao projecto da sociedade. Do que resulta, manifestamente, a pertinência da tolerância e do pluralismo como fundamentos constitutivos da nova forma de organização social e política que a sociedade moçambicana trilha hoje.

O reverso da análise é igualmente relevante, ou seja, nenhum cidadão ou grupo de cidadãos pode arvorar-se o monopólio da democraticidade, nem blandir o sabre do pluralismo quando for para promover a causa própria e recusar aos outros as vicissitudes destes princípios e, até, a eventualidade de usar argumentos idênticos para perfilhar interesses divergentes. De facto, não interessam os princípios e valores que cada cidadão defende, mas o modo como esses princípios e valores são traduzidos, em cada momento e espaço determinados, em decisões colectivas que tocam a vida de todos os membros da sociedade.

### **Outros desafios atinentes ao processo da globalização**

Em primeiro lugar é preciso dizer que a globalização corresponde, por

assim dizer, a um processo de “robotização” do género humano. Os humanos são úteis nele à medida que forem capazes de vender/comprar produtos e serviços cada vez mais depressa e acumular lucros (Joseph Stiglitz, 2002 e George Soros, 2002). As palavras-chave são vender e depressa. É, pois, nessa lógica que se deverá enquadrar o espaço e o lugar dos media no presente milénio, tal como tudo o resto.

Mas é preciso constatar e compreender que o negócio globalizado (e globalizante) do presente milénio tem uma marca distintiva: enquanto alguns – muitos – só entram na dimensão da procura, poucos – e cada vez mais poucos – é que estão na dimensão da oferta. E, no caso dos media, tanto ofertam “hambúrguer” políticos, sociais como culturais.

E alguns analistas começam a levantar o espectro de imperialismo cultural. Não notam, quiçá, estes ilustres pensadores que a cultura do presente milénio tem um conteúdo que, essencialmente, decorre e condiciona o processo da globalização: transformar pessoas em máquinas de vender depressa! Pessoas que vêem na TV uma imagem de holocausto num país qualquer do planeta e, logo a seguir, deleitar-se com imagens sobre calcinhas perfumadas recomendáveis para donas de casa da classe média. Pessoas que fiquem petrificadas diante do pequeno ecrã perante histórias burlescas de um qualquer psicopata e que, por essa mesma razão, não consigam experimentar qualquer sentimento em relação à chacina humana que esteja a acontecer algures e que esse mesmo ecrã deixe passar por escassos segundos.

Pergunto: quem é que informa os moçambicanos sobre o que se passa na vizinha Swazilândia? E respondo: é a BBC,

a Reuters, a CNN e quejandos. São estes mesmos poderosos media que transmitem à Europa a mensagem de que os governos da África são apenas corruptos e os seus Estados são, inquestionavelmente, inviáveis. As criancinhas "pretas" barrigudas e nuas, e decrépitas, circulam na Europa como símbolos do atraso e da indigência da gente deste continente. Isso funciona num duplo sentido: elevar a ideia de superioridade dos Europeus e agrilhoar ainda mais a auto-estima dos Africanos. É como diz a máxima: uma mentira, à custa de tanto ser repetida, parece verdade. E os media nesta parte do continente, nem sempre têm a consciência deste fenómeno.

Não traço aqui um quadro negro da globalização, nem do presente milénio. Afirmo apenas que nesta nossa época toda a pessoa que não tenha nada para vender ou comprar será uma espécie em extinção. E, os media, não só entram nessa lógica, como sobretudo são o palco onde se dá a sua concretização e firmamento. Já não serão os vencedores a escrever a história, mas sim os media dos vencedores. Os media deixarão de ser o espaço em que o povo informa o povo através dos jornalistas. Serão o espaço para o povo vender a(o) povo depressa e, muitas vezes, prescindindo dos jornalistas. Os moçambicanos fariam melhor, talvez, em começar já dominar as técnicas do marketing do futuro, a começar pelos media.

### Referências Bibliográficas

- Abidi, S. H. (1991). *Communication, Information and Development in Africa*. Kampala: Bano Abidi Publications
- Easton, D. (1960). *The Political System*. New York
- \_\_\_\_\_ (1967). *A System Analysis of Political Life*. New York
- Gosnell, H. (1927) *Getting out the vote*, New York
- Lauriciano, G. (1995). "Chapter Five: Mozambique" in *Article 19 and Index on Censorship* (ed.) *Who rules the airwaves: Broadcasting in Africa*
- Lundberg, G. (1926) *The Newspaper and Public opinion*: New York
- Parsons, T. (1953). *Working Papers in the Theory of Action*. New York
- \_\_\_\_\_ (1986) "Power and the Social System" in Steven Lukes (ed.) *Power*. Blackwell: Oxford UK & Cambridge USA
- Philip Converse (1964) "The Nature of Belief Systems in Mass Publics" in David Apter (ed.) *Ideology and Discontent*. New York: Free Press
- Sitoe, E. (1998) "Chapter Three: Mozambique" in Aida Opoku-Mensah (ed.) *Up In The Air? The state of broadcasting in Southern Africa*. Lusaka: PANOS Southern Africa
- Sitoe, E. (2007) " O Papel dos Media no Combate à Pobreza" in Arlete Matola (ed.) *Comunicações dos Seminários da Presidência da República*, Maputo: Imprensa Universitária
- Soros, G. (2002). *Globalização. Temas & Debates*: Lisboa
- Stiglitz, J.E. (2002) *Globalização: A grande desilusão*. Terramar: Lisboa
- UNDP (1998). *Mozambique: Peace and economic growth: Opportunities for human development*. National Human Development Report: Maputo
- UNESCO (1996) *Media and Democracy in Latin America and the Caribbean*: Paris: UNESCO Publishing

# Comunicação e Educação para o Desenvolvimento Rural em Moçambique: Os desafios do fortalecimento da cidadania e do empoderamento das comunidades

## Resumo

O artigo trata da comunicação em prol do desenvolvimento rural em Moçambique, e incide sobre o seu papel no fortalecimento da cidadania e no empoderamento das comunidades. Mostra-se qual é a contribuição dos distintos meios de comunicação na disseminação, troca de informação e sua influência na mudança de comportamento. O argumento principal é que é necessário assegurar uma maior conectividade entre a comunicação e a educação para que o seu efeito seja multiplicador, com ressonância e sustentabilidade. É reconhecido o papel de destaque da RM e das RC's no desenvolvimento rural, não obstante o contributo cada vez mais relevante da televisão e das novas TIC's. Termina enfatizando as valências da instituição-escola, o foco para a mulher, a atenção com as questões linguísticas, a necessidade dos meios de comunicação não serem capturados pelas elites, a centralidade dos jovens e a necessidade de formar mais quadros.

**Palavras-chave:** Comunicação, Educação, Desenvolvimento Rural, Empreendedorismo, Cidadania e Empoderamento.

## Salim Cripton Valá

Técnico do Ministério da Planificação e Desenvolvimento (MPD), e actualmente ocupa a função de Secretário Permanente. Entre 2005 e 2010 foi Director da Direcção Nacional de Promoção do Desenvolvimento Rural. É docente e investigador da Faculdade de Letras e Ciências Sociais (FLCS) da Universidade Eduardo Mondlane (UEM). Licenciado em História, com opção em Antropologia Social, e mestrado em Desenvolvimento Rural

## Enquadramento

Em Moçambique, a maior parte da população pobre vive nas zonas rurais. Nessas regiões, a pobreza está, de alguma forma, associada ao fraco desenvolvimento da agricultura. Tem sido verificada uma correlação positiva entre o nível de desenvolvimento e a densidade populacional. Locais com maior densidade de infra-estruturas e serviços, potencialmente, atraem mais população; regiões densamente povoadas eventualmente serão mais rapidamente desenvolvidas. O acesso à informação e comunicação entre grupos de interesse, sejam eles de carácter económico, social, cultural e religioso é um dos elementos relacionados com a auto-organização das comunidades.

Os dispositivos de comunicação "formais" em prol do desenvolvimento rural em Moçambique são, grosso modo, insuficientes e ineficientes. As intervenções mais relevantes tendentes a estender a comunicação para as zonas rurais têm sido realizadas por instituições do Estado e/ou públicas, com destaque para a Rádio Moçambique (RM-EP), Televisão de Moçambique (TVM) e o Instituto de Comunicação Social (ICS), se bem que nos últimos 15 anos se verifica uma melhoria significativa com a introdução dos meios de comunicação privados, com destaque para novos canais de rádio e televisão e do papel preponderante das Rádios Comunitárias (RC's) nos distritos onde estão implantadas.

Com o advento do novo sistema económico e político, assente na economia de mercado, no multipartidarismo e no sistema democrático, assistiu-se à aprovação da Lei de Imprensa<sup>1</sup>, que ofereceu mais espaço para a intervenção do sector privado em actividades de co-

municação. Todavia, constata-se que os novos órgãos de comunicação<sup>2</sup> criados cobrem, principalmente, uma audiência urbana, conseqüentemente, com pouca ou nenhuma implantação nas zonas rurais. Nas zonas rurais, a informação circula, maioritariamente, através dos "mecanismos tradicionais" locais que tem uma vigência histórica e uma dinâmica própria (INDER et al, 1998) como, por exemplo, os relacionados com as confissões religiosas, o mercado local (bazar), a escola, os líderes comunitários, os grupos de interesse (agricultores, criadores de gado, comerciantes, apicultores, pescadores, etc.), bem como a informação veiculada através de expressões culturais como a canção, a dança e o teatro.

A Constituição da República consagra no seu artigo 48 que "todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação" e no artigo 88 reconhece que a educação constitui direito e dever de cada cidadão, cabendo ao Estado promover a extensão da educação à formação profissional contínua e a igualdade de acesso de todos os cidadãos ao gozo deste direito (República de Moçambique, 2004).

Este trabalho concebe a comunicação, a informação e a educação como os elementos basilares para tornar a população mais participativa, interventiva e responsável. Assumimos o princípio de que os povos, as comunidades, as famílias e os indivíduos envolvem-se em processos de desenvolvimento quanto mais acesso à comunicação, informação e educação tiverem. Portanto, quanto mais pujantes forem os meios de comunicação e instrução disponíveis, mais forte e amplos serão os valores da cidadania e, conseqüentemente, empoderados serão os actores rurais (Valá, 2009).

Tendo em conta que é nas zonas rurais onde vive a maior parte da população do país, o governo encara a comunicação em prol do desenvolvimento rural como um instrumento fundamental para a promoção dos três principais objectivos do seu programa quinquenal, a saber: i) garantia da paz, estabilidade e unidade nacional; ii) redução dos níveis de pobreza, e iii) desenvolvimento sócio-económico. A comunicação social desempenha um papel activo na consolidação da unidade nacional, na promoção dos valores culturais e do desenvolvimento sócio-económico do país, no aprofundamento e defesa da democracia, contribuindo para um maior diálogo e confiança entre os cidadãos e na participação dos moçambicanos no processo de desenvolvimento sócio-económico, político e cultural, e no fortalecimento das instituições democráticas<sup>3</sup>.

Um dos objectivos gerais da Política de Informação é “a melhoria do acesso dos cidadãos aos meios de comunicação social, particularmente nas zonas rurais”. Algumas das prioridades definidas pela referida política são “a promoção da comunicação para o desenvolvimento”, o apoio “*a iniciativas visando a criação e desenvolvimento de jornais e rádios comunitários e o desenvolvimento de línguas moçambicanas*” e “*a capacitação técnico-profissional dos quadros da comunicação social dos sectores públicos e comunitários*”<sup>4</sup>.

Além do enquadramento, que estabelece o contexto da temática e as balizas do documento, ele “força uma vinculação natural” das dimensões comunicativa e educativa cristalizada no “casamento” explícito denominado comunicação educativa, como um catalisador e pressuposto fundamental para o desenvolvimento do meio rural. É enfa-

tizado que a comunicação educativa cultiva e fortalece os valores da cidadania, torna os actores sociais mais pro-activos, problematizadores e mais empreendedores. É feita uma abordagem sintética sobre o contributo dos principais meios de comunicação no país e apresentam-se algumas propostas do que pode ser uma estratégia de promoção da comunicação educativa em favor do meio rural. O artigo termina com uma reflexão sobre “os nossos sonhos” e como teremos de os perseguir para termos uma população rural mais vibrante, actuante e responsável pelo seu próprio destino.

### **Estimulando a comunicação educativa em prol do desenvolvimento rural**

Os meios de comunicação jogam um papel de relevo no desenvolvimento sócio-económico, na consolidação da paz e da unidade nacional, na garantia da transparência e da boa governação, bem como na promoção dos valores democráticos e o fomento da cidadania activa. Uma vez que a governação democrática envolve o debate público e a tomada de decisões abertas, a comunicação social presta uma contribuição decisiva na disseminação de “mensagens desenvolvimentistas”, aproximando o Governo do Povo, propiciando a livre circulação de ideias e opiniões, contribuindo para a prevenção de conflitos, concedendo voz ao Povo e assegurando a participação dos cidadãos em assuntos de natureza pública.

Definir o estatuto epistemológico da Comunicação Rural com todas as suas implicações é uma problemática ainda não plenamente resolvida no ambiente académico, pois a discussão sobre a especificidade do rural como objecto de estudo vem sendo travada na área

sociológica desde os anos 1930, chegando aos dias de hoje sem solução. Por um lado, existem textos clássicos, como é o caso de "Diferenças Fundamentais entre o Mundo Rural e o Urbano" de Sorokin, Zimmermen e Galpin (1986), que confirmam essa especificidade. Por outro lado, existem pesquisadores como Schneider, para quem "o rural não é uma categoria e tampouco um conceito analítico, ele é apenas uma noção espacial". Diante de debates inconclusivos como esse, Juan Diaz Bordenave (1977) prefere colocar-se como um prático da comunicação que necessita da teoria e a ela recorre em nível suficiente para entender e promover o objecto concreto de suas preocupações: o desenvolvimento rural nos "países em vias de desenvolvimento" (Bordenave, 1977), cujo eufemismo nos embala ao "Moza-Optimismo" de acreditar que estamos trilhando um percurso que nos conduzirá ao progresso, bem-estar, prosperidade e desenvolvimento humano pleno em Moçambique.

As dificuldades do desenvolvimento rural são históricas e de diferentes naturezas. Três problemas de ordem geral - que caracterizam demandas por políticas e estratégias de desenvolvimento e de Educação Rural - podem ser destacados:

- Há, em geral, uma descontextualização da educação formal (fundamental, média e profissional) às realidades e ao desenvolvimento regional. Ela é resultante tanto das dificuldades dessa elaboração por parte dos sistemas de ensino, como também pela baixa compreensão por parte do governo e sociedade local da sua importância para o desenvolvimento. O resultado é uma educação que prepara o jovem para sair da região ao valorizar o desenvolvimento urbano-industrial e ao associar o

rural ao atraso e a uma sociedade em extinção.

- Há, em geral, uma desarticulação entre as políticas de educação formal e não-formal, responsáveis em grande parte pela formação dos capitais humano e social, com as políticas públicas de apoio aos capitais físico e financeiro (reforma agrária, crédito para agricultura familiar, créditos e estímulos para as micro e pequenas empresas, cursos de profissionalização, etc.) responsáveis por grande parte dos resultados negativos dessas políticas. Apesar de ser a política de melhor custo-benefício, geralmente e de uma forma individual, a educação constitui-se no maior factor limitante ao desenvolvimento.

- A falta de políticas que estimulem o protagonismo e o empreendedorismo económico e social limita o papel dos actores sociais no desenvolvimento regional por falta de novos tipos de empreendimentos e formas criativas de organização da produção.

Em Moçambique existem muitas "escolas no campo" mas poucas "escolas do campo". A diferença entre no e do campo é muito grande. A escola do campo deve estar voltada para interesses e para desenvolvimento sócio-cultural e económico das comunidades que habitam e trabalham no meio rural, atendendo às suas diferenças históricas e culturais para que vivam as suas vidas em dignidade e para a plena realização dos seus anseios. Não basta apenas ter muitas escolas no meio rural, completa ou parcialmente desenquadradas da lógica de vida e produção no campo.

É urgente construir escolas do campo, ou seja, escolas "preparadas" para, partindo da realidade concreta,

apoiarem os estudantes a valorizarem o seu ambiente circundante e melhor explorarem os recursos naturais disponíveis, em vez de formar estudantes para “abandonarem” o meio rural em virtude do tipo de educação ministrado. Mostra-se necessário edificar “novas escolas” com um projecto político-pedagógico vinculado às causas, aos desafios, aos sonhos, à história e à cultura das comunidades que residem no meio rural. O que foi dito sobre a educação calibrada especificamente para as zonas rurais é válido para os sistemas de comunicação que tomem em conta as características peculiares do território rural e das pessoas que lá vivem e trabalham.

Reis (2004), reflectindo sobre a situação do Brasil nordestino, mas que possui muitos paralelismos com as regiões rurais de Moçambique, critica de forma veemente “uma educação gestada em gabinetes, por mentes tidas como que iluminadas”, que pensem e idealizem o que é adequado para o meio rural, sem que ponderem as aspirações e os interesses dos actores comunitários impondo, “de cima para baixo”, um modelo de escola com currículos, programas e métodos que não respeitam a diversidade de Moçambique e do meio rural. Se Moçambique é diverso porquê os sistemas de educação e comunicação para os diferentes Moçambiques deve ser homogéneo? Sair desta lógica bastante ultrapassada e dar oportunidades à própria sociedade civil de determinar o que é importante para os seus filhos estudarem é uma forma de combater a exclusão e dotar as pessoas do meio rural de “ferramentas” que permitam melhorar o seu bem estar e o progresso ao nível local.

Dentro desta lógica, torna-se imperiosa uma rápida e inadiável contextualização das escolas implantadas no meio

rural<sup>5</sup>, no sentido de desalienação, isto é, estabelecimento de relações orgânicas entre a instituição escolar e o contexto no qual funciona, tendo em conta que o meio rural possui características, potencialidades e problemáticas diferentes das presentes na realidade urbana. A ideia é de que o aluno que estuda numa escola primária no distrito de Mabalane aprenda na escola, além dos conteúdos clássicos previstos na classe em que frequenta, a conviver com o ambiente semi-árido e os rudimentos de produção e manejo pecuário; da mesma forma que a criança de Mecúfi e Mocimboa da Praia deve aprender na escola como lidar com a actividade pesqueira, e a aluna de Vilanculos deve ser iniciada na área do turismo, etc. Se os pais sentirem que a escola é relevante para o dia-a-dia da aldeia ao nível sócio-económico, então não ficarão com uma criança em idade escolar em casa e nunca tirarão o menino ou a menina da escola ainda em tenra idade<sup>6</sup>.

Para redimensionar a comunicação e a educação rural, torna-se necessário privilegiar o próprio campesinato como entidade colectiva na sua actividade real e nas suas lutas, como sujeito no processo de recriação da educação e da escola, proporcionando uma comunicação e educação com bases e aspirações das pessoas do meio rural (Ferrinho, 1993). Isso é um labor complexo, pois, implica a adopção de uma nova postura por parte dos comunicadores e educadores para entender que para recriar a cara e a maneira de se fazer escola, é preciso conciliar os conhecimentos sociais e científicos acumulados pela humanidade, que podem ser úteis para a vida concreta no campo, favorecendo a capacidade de se questionar a razão da própria existência e das condições da realidade concreta

da sociedade em que vivemos, com os conhecimentos acumulados das pessoas que vivem nas comunidades rurais (Delors et al, 1996). Essa nova forma de abordagem pode ser, quiçá, uma das saídas para esse paradoxo entre a comunicação e escola rural e a urbana.

É preciso ter uma nova compreensão da comunicação e educação e o seu papel no desenvolvimento rural, sendo que o segredo está em descobrir a forma adequada de conviver com o clima, as certezas e as incertezas de cada região, desvendando as suas potencialidades e transformando as suas problemáticas em alternativas reais. Um dos grandes desafios do desenvolvimento de Moçambique é edificar sistemas de comunicação e educação (formal e informal) com a cara do "Moçambique Rural".

### **A comunicação e educação e o potencialismo da perspectiva empreendedora e problematizadora**

Moçambique é um país que estava, e de alguma forma, continua, mal apetrechado para o desenvolvimento do espírito empreendedor. O poder colonial, praticamente, não deu atenção à educação e capacitação da população para o incremento de iniciativas económicas autónomas visando a obtenção do lucro. O sistema colonial português "formatou" os potenciais empreendedores para realizarem actividades tais que permitissem a acumulação de capitais para o Estado e a burguesia coloniais. Depois da independência, o governo do pós-independência optou por um sistema monopartidário centralizado, pelo qual os indivíduos e as famílias tinham pouco espaço de actuação no sentido de busca de progresso sócio-económico e bem-estar através da implementação

de ideias viáveis de negócio que gerassem lucros às empresas familiares.

A partir de 1987, com o advento do Programa de Reabilitação Económica (PRE), é que gradualmente foi libertada a iniciativa criadora e o empreendedorismo dos moçambicanos (Valá, 2002). A pergunta que urge colocar é: que esperar do desenvolvimento do espírito empreendedor se apenas em 1990 a Constituição da República deu sinais explícitos no sentido da promoção da liberdade económica dos indivíduos e preservação da propriedade privada, mas que só foram ampla e territorialmente estendidos pelo país depois de 1992?

Hoje em dia é já comumente aceite que a verdadeira fonte de riqueza de uma Nação é a inteligência criativa do seu povo. Nesse quadro, renasce com força a convicção de que são as pessoas visionárias - capazes de enfrentar novos desafios num contexto de rápidas e profundas mudanças e que possuem o empenho necessário para não se deixar influenciar pelas adversidades - as mais capacitadas para promoção do crescimento económico e desenvolvimento individual e da sociedade (Martin et al, 2004). São esses empreendedores que criam novas e inovadoras empresas, geram centenas ou mesmo milhares de empregos, promovem as exportações do país, contribuem para o aumento das receitas fiscais e melhoram a produtividade e a competitividade do país.

A pesquisa empírica sobre o meio rural em Moçambique mostra que o país é carente de gente com espírito empreendedor. Muitos não concordarão comigo e dirão que o que não existe são as condições propícias para a afirmação dos empreendedores nos Distritos. Se é verdade que o ambiente económico e

institucional representa ainda um “calcanhar de aquiles”, não é menos verdade que são em número reduzido os empreendedores que podem, de forma sustentável, transformar em riqueza para si o manancial de recursos naturais existentes no país, na sua família, na comunidade, no distrito e no país.

Será que Moçambique é uma sociedade que possui grande propensão e disponibilidade para a adopção de práticas que fomentam o empreendedorismo? A resposta para essa questão é complexa. Avançamos com a hipótese de trabalho de que a acção empreendedora está associada à componente educacional, como um dos elementos fundamentais para o êxito do processo, através da correcta capacitação psico-social e técnica dos estudantes nas diversas fases do processo de ensino-aprendizagem. Por outras palavras, um empreendedor é um indivíduo que tem uma atitude proactiva em relação à vida e isso pode ser adquirido com base num novo enfoque educativo assente no empreendedorismo. Obviamente que o processo educativo não é “estanque”. Ele se sustenta, se fermenta e se complementa com um pujante sistema de comunicação e informação que torne os cidadãos mais inteirados do que acontece em seu redor, no seu distrito, no país e no mundo, e permita-os ser mais interventivos e actuautes na leitura dos processos, na sua interpretação e na acção cidadã, construtiva e responsável.

Os processos de comunicação e educação sofreram uma mudança de paradigma nos últimos 30 anos. A mudança de paradigma consistiu na superação do modelo tradicional da Comunicação e Pedagogia Transmissora, modelo secularmente utilizado pelos sistemas educativos primários, secundários, e até univer-

sitários, nos países do “Terceiro Mundo”. A mudança de paradigma efectivou-se através da crítica à Comunicação e Pedagogia Condutista ou Modeladora de Comportamento, utilizada no treinamento industrial e militar, e adoptado, às vezes incoscientemente, pelos programas de desenvolvimento. A experiência mostra que para formar pessoas de mente aberta, capazes de resolver problemas e tomar iniciativas, condição “sine qua non” para o desenvolvimento do país, não basta melhorar os conteúdos mas tem que se modificar os métodos de comunicação e ensino-aprendizagem porque, enquanto os conteúdos informam, a metodologia forma, isto é, modifica a estrutura mental. As estruturas mentais rígidas e passivas se tornam críticas, flexíveis, criativas, empreendedoras e inovadoras. Exactamente o que o desenvolvimento rural de Moçambique necessita (Valá, 2009).

A essência da nova comunicação e pedagogia, denominada de Comunicação e Pedagogia Problematicizadora, está assente numa lógica que repousa na transferência do protagonismo do comunicador / professor ao cidadão / estudante, isto é, o eixo central passa a ser o processo e a dinâmica da própria comunicação e aprendizagem. Esta opção comunicativo-pedagógica coloca a responsabilidade no cidadão / estudante e o comunicador / professor passa a ser um facilitador do processo de comunicação e ensino-aprendizagem. A mudança de paradigma consiste na passagem da ênfase na DIFUSÃO para a ênfase na RELAÇÃO, sendo necessário articular novos processos comunicativos e educativos que permitam aos cidadãos / estudantes serem criativos, imaginativos, críticos e inovativos, investigarem novas soluções e procedimentos, reagirem negativamente ao síndrome

da “única solução” e estarem abertos ao processo permanente de aprendizagem no quadro duma sociedade que se pretende de conhecimento e assente nas novas tecnologias de informação e comunicação.

O processo comunicativo e educacional age no âmbito informativo, técnico e de capacitação mas igualmente no plano motivacional. A estrutura motivacional diferenciada e fortemente marcada pela necessidade de realização, isto é, “conquistar algo com esforço próprio”, está na base da acção empreendedora. Compete, assim, à instituição escolar introduzir as condições formativas e comunicativas aos potenciais empreendedores e a adequação do facto educacional às necessidades e contingências do mercado. A comunicação e a educação devem introduzir estímulos para acelerar a necessidade de êxito e de realização e promover uma acentuada preocupação em fazer sempre o melhor (Mira, 1997).

No actual estágio de desenvolvimento sócio-económico do país, a instituição-escola deve inculcar nos futuros empreendedores a motivação para o sucesso ou para o aperfeiçoamento permanente dos desempenhos, colocando-os a resolver problemas que representem um desafio para as suas próprias capacidades e para o desenvolvimento local. Mas é importante referir que a actividade comunicativa e educativa não passa exclusivamente pela instituição escolar, insere-se igualmente no âmbito da socialização e aculturação, onde os valores da comunidade, da família e da religião assumem uma importância de relevo na construção da personalidade empreendedora. Portanto, é vital que os currículos escolares contenham conteúdos e métodos que propiciam aos estu-

dantes o fomento do espírito empreendedor e uma orientação clara para a resolução de problemas que se fazem sentir no território e no seu meio envolvente. Isso vai exigir, sem dúvida, uma alteração de vulto nas actuais práticas em voga nas instituições de comunicação e de ensino (Valá, 2006).

Quando olhamos para trás, constatamos com satisfação o longo caminho percorrido e o cimentar de novas visões e institucionalidades que propiciam um maior activismo do cidadão na análise do dia-a-dia, na avaliação dos processos sócio-económicos e políticos e no questionamento das opções feitas. Pode-se referir, sem muita margem de dúvidas, que a comunicação e a educação ajudaram a tornar mais informado e formado o Povo, gerando uma massa crítica de milhões de moçambicanos que são a força motriz para espelvar o espírito empreendedor e para cristalizar a cidadania em todos os cantos e recantos deste país que quer deixar de carregar o pesado fardo da pobreza. Há, no entanto, um longo e sinuoso percurso a fazer para que tenhamos uma cidadania vibrante e possamos tornar o espírito empreendedor num efectivo fenómeno de massas em Moçambique.

### **Fortalecimento da cidadania e empoderamento das comunidades exige a reforma do sistema comunicativo-educativo**

#### **Breve relance sobre a situação actual**

O contributo da rádio, da televisão, das rádios com enfoque comunitário no desenvolvimento rural é algo incontestável, sobretudo com a expansão dos meios de comunicação privados no país. A despeito do reconhecimento do papel dos media privados, é de justiça sublinhar o lugar de destaque que têm

a Rádio Moçambique (RM) e as Rádios Comunitárias (RC's) na promoção da comunicação educativa em prol do desenvolvimento rural. De forma complementar aos meios anteriormente apontados, queremos enfatizar o contributo axial das "escolas enraizadas nas aldeias e povoações" na promoção da cidadania e no empoderamento das comunidades, como pólos de desenvolvimento local. Nessa esteira, faremos de seguida uma referência aos principais meios de comunicação que têm impacto nas áreas rurais:

### **Rádio Moçambique (RM)**

A Rádio Moçambique, o serviço de rádio pública nacional, é a organização dos media com maior cobertura/alcance (mais de 80% da população). A desvantagem, quando comparada com as rádios comunitárias, é que a estação não difunde programas tão relevantes para as realidades das comunidades locais como o fazem as rádios comunitárias, que têm raízes comunitárias e veiculam programas de seu interesse.

No entanto, a RM tem pontos focais nas províncias e nos distritos para captar as sensibilidades dos territórios, e a emissora tem desenvolvido programas que permitem contactos e aproximação entre os ouvintes nos distritos. Um desses programas é chamado "Rádio na Rua", produzido ao vivo em diferentes comunidades, com equipamento portátil para produção e transmissão no ar. No programa, as pessoas, que vivem fora das grandes cidades, têm oportunidade de expressar as suas opiniões que serão ouvidas tanto pelas suas próprias comunidades como pelas outras. As comunidades participam com grupos culturais, realizam entrevistas e debates sobre várias questões, tais como a governação

local, o HIV/SIDA, o funcionamento dos serviços públicos, corrupção, etc.

É também prática da emissora o uso das línguas locais em programas de educação para a cidadania, mobilização para as campanhas de educação para a saúde pública, ensinamentos sobre novas técnicas agrárias, processamento de alimentos, conservação ambiental, combate contra as queimadas e pragas, sempre bem acolhido pelas populações dos distritos. Existem mecanismos de, periodicamente, ter a sensibilidade e preferências dos ouvintes (sondagens, inquéritos). Os programas mais apreciados pelos ouvintes, incluindo os que vivem e trabalham nas áreas rurais, são: "Economia e Desenvolvimento", "Café da Manhã", "Grande Reportagem" e "Linha Directa".

### **Rádios Comunitárias**

O papel das rádios comunitárias é o de ajudar a população rural, incluindo a população pobre (os camponeses), a organizar a base do poder social para influenciar significativamente a política nacional. Por isso, as rádios comunitárias são, de longe, o meio mais forte e eficaz quando se trata de atingir/alcançar os membros das comunidades.

Hoje temos no país cerca de 78 rádios comunitárias, cobrindo mais de metade dos 128 distritos do país, e tem aumentado significativamente o acesso dos cidadãos a informação e oportunidade de participar; fazer ouvir as suas vozes; expressar as suas opiniões e necessidades, e influenciar a agenda política. O Instituto de Comunicação Social (ICS) é que gere 38 RC's, e as restantes 40 são geridas pelo Fórum Nacional das Rádios Comunitárias (FORCOM), em que são proprietárias das mesmas as ONG's,

igrejas e outras instituições privadas?

As rádios comunitárias têm diversas vantagens, como as que a seguir se apresentam:

- Uso das línguas locais (disseminação da informação nas línguas locais, tanto quanto possível);

- As pessoas que não sabem ler nem escrever podem pelo menos ouvir e falar na rádio local;

- Enfoque nas questões locais, de relevância directa para a população (realizações do governo, actividades do Conselhos Consultivos Locais, bem como informação importante sobre a gestão pós-colheita, processamento e conservação de produtos agrícolas e pesqueiros, preços e mercados dos produtos, combate contra a erosão, queimadas descontroladas, HIV-SIDA, malária, cólera, entre outros);

- Os programas de rádio são fáceis, rápidos e relativamente baratos de produzir (se comparados com a televisão e com os jornais);

- O receptor de rádio é relativamente fácil de comprar para os ouvintes (quando comparado com a TV).

Em suma, as Rádios Comunitárias são vistas também como um instrumento de diálogo entre as comunidades e as autoridades locais, pela função que elas têm como veículo de transmissão de informação educativa, para consciencializar as populações, mobilizando-as para o desenvolvimento sustentável local, ou seja, a comunicação comunitária constitui uma das sub-áreas importantíssimas da comunicação social que pode contribuir significativamente para a dinamização do processo educativo das comuni-

dades locais, para o uso das tecnologias de informação modernas, promovendo-se, assim, a solução dos problemas reais locais e a definição de estratégias locais e concertadas de combater a pobreza que atormenta ainda segmentos significativos da população.

### **Televisão de Moçambique (TVM), STV, Record, TIM e outras estações**

A TVM, o serviço de televisão pública nacional, é a organização televisiva com maior cobertura/alcance (cerca de cinco milhões de moçambicanos) territorial em todo o País. A desvantagem, quando comparada com as rádios é que não pode cobrir todos os distritos e não difunde programas tão relevantes para as realidades concretas das comunidades locais, quando comparada com as rádios. A vantagem, relativamente às rádios, é que permite que as pessoas não só oiçam, mas também vejam as imagens relacionadas com a notícia ou informação veiculada.

É importante referir que, apesar da relativa baixa taxa de cobertura, tem difundido semanalmente programas relacionados com a realidade rural como "Ver Moçambique", "Pólos de Desenvolvimento" e "Canal Zero", que abordam assuntos e temáticas sobre a vida sócio-económica, cultural e política nos distritos de Moçambique. Diariamente, as emisoras provinciais interrompem por algum tempo a emissão nacional para difundir programas e noticiários locais.

Das outras estações, destacam-se a STV, a Record e a TIM que têm ainda uma maior cobertura nas áreas urbanas, mas que gradualmente estão a transmitir o sinal para os distritos. Nas zonas onde está implantada, a STV tem feito concorrência à TVM e em várias zonas urbanas

ela tem uma maior audiência em virtude de seus programas de entretenimento, de debate e de abordagem de assuntos polémicos e sensacionalistas. Alguns dos programas muito apreciados pelo público essencialmente urbano são “Debate da Nação”, “O País Económico”, “Pontos de Vista” e “Discurso Directo”, que abordam temas diversificados.

## Jornais e revistas

Visto que o analfabetismo é ainda significativo nas zonas rurais, o acesso da população rural aos jornais é muito limitado, em decorrência do preço, custos de transacção e chegada tardia aos distritos, sendo considerados como um meio privilegiado para os actores locais. Contudo, os jornais e as revistas não devem ser descartados completamente da lista, uma vez que algumas pessoas consideradas líderes de opinião no local têm acesso aos jornais e revistas. Os que usufruem desses meios são ainda uma minoria.

As revistas como meio de comunicação ainda constituem um desafio para a sua utilização massiva no meio rural. As revistas têm um papel como uma publicação periódica de cunho informativo, jornalístico por vezes até de entretenimento, geralmente voltada para o público em geral. Sua maior importância está na segmentação. Isto é, basicamente atende uma demanda muito específica quanto à informação que a mesma cobre.

## Centros Multimédia Comunitários (CMC's), jornais electrónicos e Vilas do Milénio

O país possui actualmente cerca de 35 CMC's nos distritos, e a tendência é que sejam implantados mais nos próxi-

mos anos. A perspectiva a longo prazo é ter centros com acesso à Internet em cada distrito do país.

Os centros multimédia comunitários levam vantagem das sinergias entre a rádio e as ferramentas das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) que possam contribuir para o desenvolvimento rural, melhorando o acesso à informação, educação, e conferindo oportunidade para comunicações, produção e intercâmbio de informação e estabelecimento de redes de contacto (“networking”), entre as comunidades.

Embora poucas pessoas nas zonas rurais tenha acesso actualmente à internet – onde parte significativa não sabe como usar um computador – este canal não deve ser subestimado. Por exemplo, os voluntários nas rádios comunitárias usam a internet para pesquisar informação útil que na etapa seguinte disseminam, através da rádio. Por outras palavras, mesmo que apenas alguns tenham acesso à internet, a informação que esses conseguem aceder tem o potencial de alcançar muitos (indirectamente), através da disseminação dos programas radiofónicos.

Os jornais electrónicos já existem na capital do país e em algumas províncias, e têm estado a ocupar o seu espaço no panorama de informação em Moçambique. A viabilidade dos jornais electrónicos de enraizamento provincial ou distrital está relacionada com a implantação dos CMC's e, de forma mais abrangente, com a disseminação massiva das novas TIC's por todos os distritos do país. Acreditamos que as escolas rurais podem ser o “pivot” da grande expansão da comunicação electrónica nos próximos 10 anos.

O país possui actualmente seis (6) Vilas do Milénio estando duas localizadas na Província de Nampula (Itoculo - Monapo e Lumbo - Ilha de Moçambique), uma na Zambézia (Malua - Alto Molocué), uma em Tete (Chitima - Cabora Bassa) e duas em Gaza (Chibuto e Lionde - Chókwe)<sup>8</sup>. O papel desses empreendimentos no desenvolvimento local integrado é inquestionável, sendo um importante veículo para a educação e disseminação da comunicação comunitária, e a gestão do conhecimento em prol do desenvolvimento humano.

### **Outros meios de educação e comunicação**

Como já foi referido anteriormente, um dos mais potentes meios é a instituição-escola, a família, a igreja, as lideranças comunitárias, a comunicação veiculada pela administração local, o bazar, as associações de interesse e todos os meios tradicionais de comunicação adoptados, que têm uma vigência histórica, estão encravados e funcionam na cultura local. É fundamental ter em conta que a comunicação em prol do desenvolvimento rural ganhará mais na medida em que os modernos meios de educação e comunicação forem articulados e colocados a interagir com os tradicionais.

### **Como dar o salto?**

Tendo em conta os pontos abordados anteriormente, a nossa visão é de que uma estratégia consistente e sustentável que possa promover a comunicação educativa para o desenvolvimento rural deverá assentar em quatro eixos fundamentais, a saber:

1) potenciar os meios de comunicação que possuem um impacto mais

abrangente e penetrante nas áreas rurais (RM e RC's e TV);

2) apostar, de forma inequívoca, nas novas TIC's (CMC's, jornais electrónicos, internet cafés, etc);

3) compreender melhor a lógica dos sistemas de comunicação e educação tradicionais adoptados nos distritos, e fortalecer esses importantes canais veiculados por instituições enraizadas nas comunidades, e

4) fazer o devido aproveitamento do capital institucional desenvolvido por organizações que têm como vocação promover o meio rural, como a RM, o ICS, o Centro de Formação Jurídica e Judiciária (CFJJ) do Ministério da Justiça e a Direcção Nacional de Extensão Agrária (DNEA) do MINAG.

Gostaríamos de citar dois exemplos elucidativos:

O primeiro tem a ver com a DNEA, que possui actualmente 872 extensionistas públicos, e articula com as ONG's (668) e o sector privado (539) para o enquadramento de mais 1.207<sup>9</sup>, no quadro da implementação do Sistema Nacional de Extensão Agrária. Esses quadros estão actualmente a intervir nas aldeias, procurando disseminar e adaptar novas tecnologias agrícolas que permitam aumentar de forma drástica a produtividade.

O segundo diz respeito ao CFJJ, que já formou 600 para-legais (404 homens e 196 mulheres)<sup>10</sup> que estão nas aldeias a disseminar a legislação sobre o uso da terra e dos recursos naturais para a promoção do desenvolvimento rural.

Há seis aspectos que devem merecer uma atenção especial para

assegurar a efectividade, ampliar os impactos e garantir a sustentabilidade da comunicação e educação para o desenvolvimento, nomeadamente:

- colocar a instituição-escola como o efectivo pólo de desenvolvimento e do conhecimento em benefício da comunidade circundante;

- dar voz a mulher, a “metade silenciosa rural” que é, sem dúvida, a força motriz para o combate contra a fome e contra a pobreza;

- dar a devida importância ao papel determinante das questões linguísticas e das dimensões sócio-culturais no desenvolvimento local;

- não deixar que os sistemas de comunicação e educação locais sejam capturados pelas elites e sejam usados como suas ferramentas de acção; pelo contrário, assegurar que os mesmos sejam um instrumento de desenvolvimento inclusivo e participativo das comunidades (Chambers, 1995);

- continuar a formar quadros na área de comunicação para o desenvolvimento e tomar medidas indutoras para que os mesmos trabalhem em instituições de promoção do desenvolvimento rural (ao nível local) e não necessariamente nos órgãos de comunicação social (nas zonas urbanas);

- tomar em consideração que a camada jovem, com a sua criatividade, inconformismo, insatisfação permanente e irreverência, estará no centro do processo de mudança de paradigma no sistema de comunicação e educação em Moçambique.

## Em vez de conclusão

Os governos do mundo se preparam e se organizam para enfrentar os velhos e novos desafios do desenvolvimento, do combate contra a pobreza, do desemprego e das desigualdades sociais, a fim de conceder uma qualidade de vida melhor aos seus cidadãos. O que serão as nações dentro dos próximos 50 anos, depende do que faremos hoje. Moçambique percorreu já 36 anos de sua independência e dentro de 20 anos não poderemos continuar a atribuir culpas aos outros pelo que nos suceda.

Como serão nossos filhos, a nossa pátria dentro de 20 anos? Gostarão de contemplar a miséria enraizada no analfabetismo, com famílias dizimadas por enfermidades, sem extensiva democracia activa, sem instituições privadas e civis fortes, com um rendimento per capita dos mais baixos do mundo, dependendo o país da “caridosa e impiedosa” ajuda externa? Ou quererão ver um país culto e educado, com escolas e universidades para todos, com estradas amplas e asfaltadas por onde corra o sangue do desenvolvimento, com os lares iluminados por energia e sonhos coloridos, com famílias fortes que podem satisfazer suas necessidades de alimentação, educação, saúde e entretenimento, uma família fundamento de um povo que caminha orgulhoso pela história?

Quando nossos filhos e netos nos perguntarem que fizeram vocês afinal nos anos 2011-2020, queremos responder que contribuímos para conceber e implementar um sistema de comunicação e educação que se uniu ao Povo e deu-lhe voz para poder educar-se; para se organizar e para se ilustrar, e assim conhecer os segredos da ciência e da tecnologia, da agricultura, do comércio e

da indústria, da pesca, do turismo e dos recursos minerais. Queremos responder-lhe que construímos os alicerces para o Povo ter mais consciência da sua identidade cultural, e pavimentamos por todos os agregados familiares o sentido de cidadania para permitir uma marcha mais auto-confiante pela história; contribuimos para espreitar, de forma plena, o espírito empreendedor, empoderando os moçambicanos para conduzir o seu próprio destino na senda do progresso, do bem-estar e do desenvolvimento humano (Friedmann, 1996).

Para o alcance desse desiderato é preciso conceber um sistema alternativo de comunicação e educação, formatado para solucionar os problemas mais candentes do meio rural, para viabilizar a mudança da estrutura económica e para potenciar instituições visionárias que projectem para o futuro um Moçambique de prosperidade. Por outras palavras, necessitamos de um sistema de comunicação e educação locais que "coloque no trilho certo" um povo altivo e confiante em suas potencialidades, possibilidades e capacidades.

Se as antenas da RM, das Rádios Comunitárias, da TVM, STV, Record, TIM, etc, cobrirem todo o país teremos dado voz ao Povo, não para esconder sua pobreza, mas para gritar sua riqueza humana, material e espiritual. Se tudo isso acontecer como prevemos, o esforço que estamos a realizar actualmente, e o que poderemos realizar de forma mais estruturada e consistente nos próximos 15 anos, terá sido um elemento fundamental criador de um novo Moçambique.

## Notas

<sup>1</sup> Lei nº18/91, de 10 de Agosto.

<sup>2</sup> Importa referir que entre 1975 e 1990, o Estado tinha, praticamente, o monopólio do controlo dos meios de comunicação e a política editorial era determinada pelo partido único, através do departamento de trabalho ideológico.

<sup>3</sup> Vide a Resolução Nº3/98 (do Conselho de Ministros), de 24 de Fevereiro de 1998, que aprova as Linhas Gerais para o Desenvolvimento Rural e os Mecanismos de Coordenação Inter-sectorial.

<sup>4</sup> Resolução nº3/97, de 25 de Fevereiro.- In: Boletim da República, I Série - Nº7, que aprova a Política e Estratégias da Informação.

<sup>5</sup> Essas escolas devem contemplar a tríade: estar no, ser do, e estar para o meio rural.

<sup>6</sup> A escola deve reflectir o meio em que está inserida, a cultura do povo que está à sua volta, os costumes, as tradições e a possibilidade de extrapolar ou redimensionar os saberes e conhecimentos, buscando formar sujeitos que se preocupem com a melhoria das condições de vida e o desenvolvimento da sua comunidade.

<sup>7</sup> Informação gentilmente fornecida ao autor do artigo por Unaiti Amorim Akungondo, quadro sénior do ICS, no dia 21 de Novembro de 2011.

<sup>8</sup> Informação disponibilizada pelo Dr. Henrique Cau, quadro sénior do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), no dia 20 de Novembro de 2011.

<sup>9</sup> Dados cedidos pelo Eng. José Gaspar, quadro sénior da DNEA do MINAG (20 de Novembro de 2011).

<sup>10</sup> Informação gentilmente fornecida pelo Dr. Carlos Serra Jr., quadro sénior do CFJJ, do Ministério da Justiça (20 de Novembro de 2011).

## Referências Bibliográficas

- SOROKIN, P.A.; ZIMMERMAN, C.A.; GALPIN, C.J. Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano. In: Martins, J.S. (org.). Introdução crítica à Sociologia Rural. São Paulo: Hucitec, 1986. p. 198-224.
- BORDENAVE, J. D. (1977). Communication and Rural Development. Paris: UNESCO
- CHAMBERS, R. (1995). Desenvolvimento Rural: Fazer dos últimos os primeiros. Luanda: ADRA
- DELORS, J. et al (1996). Educação: Um

tesouro a descobrir. Lisboa: UNESCO / Edições Asa

FERRINHO, H. (1993). Comunicação Educativa e Desenvolvimento Rural. Porto: Edições Afrontamento

FRIEDMANN, J. (1996). Empowerment: Uma política de desenvolvimento alternativo. Oeiras: celta editora

INDER [et al] (1998). Associativismo e Comunicação Horizontal: Projecto de Rede Rural de Rádio e Televisão (RRRTV). Maputo: PAOLCR

MARTIN, P. et al (2004). Desencadeando o Empreendedorismo: O poder das empresas ao serviço dos pobres. Nova York: PNUD / ONU

MIRA, F. de (1997). "Notas de Reflexão sobre a Acção Empreendedora, a Educação e as Actividades Económicas de Pequena Escala em Moçambique". In Mira, Feliciano de (Org.). Educação, Empresas e Desenvolvimento em Moçambique. Évora: Editorial Pendor, pp. 141-

153

REIS, E. dos Santos (2004). Educação do Campo e Desenvolvimento Rural Sustentável: Avaliação de uma prática educativa. Juazeiro-Bahia: Editora Franciscana

República de Moçambique (2004). Constituição da República. Maputo: Escolar Editora

VALÁ, S. C. (2009). Desenvolvimento Rural em Moçambique: Um desafio ao nosso alcance. Maputo: CFM / MPD

\_\_\_\_\_ (2006). Desenvolvimento Agrário e Papel da Extensão Rural no Chókwè (1950-2000): Conflito de interesses entre o Estado e os agricultores? Maputo: IPAD / CIEDIMA

\_\_\_\_\_ (2002). Desenvolvimento Comunitário, Participação e "Empowerment" em Moçambique (1987-2002): Percepções, realidade e perspectivas num contexto de mudança. Curso sobre Desenvolvimento Comunitário e Associativismo. Maputo, DNER / MADER.

# Contexto e Desafios do Jornalismo no Exercício da Liberdade de Imprensa e Promoção da Cidadania em Moçambique

## Resumo

Neste artigo, o autor discute o papel que os media informativos têm desempenhado na promoção da cidadania em Moçambique. Analisando a história da liberdade de imprensa e as discussões levantadas em diversos estudos sobre a configuração do espaço media, o autor mostra o tipo de resposta que o jornalismo tem dado face ao seu dever cívico de informar aos cidadãos. Sugere-se que o desafio dos media em Moçambique deverá passar pela sua abertura à inclusão das vozes e preocupações dos cidadãos nos seus conteúdos, reduzindo a sua dependência dos políticos.

**Palavras-Chave:** media, participação política, liberdade de expressão e opinião pública

Ernesto Nhanale  
Assistente universitário

## Introdução

Neste artigo, procura-se analisar o papel que o jornalismo tem desempenhado na promoção da cidadania em Moçambique. As análises feitas tomam como ponto de partida o papel que os media, e o jornalismo em particular, desempenham na formação da opinião pública. Através de estudos feitos sobre os media em contextos das democracias ocidentais, procura-se problematizar o nível de exercício da liberdade de imprensa em Moçambique e o nível de acesso dos cidadãos aos media.

Assume-se que o fraco exercício da liberdade de imprensa pode transformar o jornalismo num espaço de produção ou de manipulação da opinião pública, através de um maior controlo das suas actividades pelos políticos, contrariando o ideal de um jornalismo orientado para promoção da participação dos cidadãos.

Nos diversos momentos históricos da liberdade de imprensa em Moçambique, que se discutem neste texto, mostra-se que, mesmo com o advento da chamada imprensa "independente", na década noventa, na sua produção, as notícias ainda se caracterizam pela lógica vertical. Tal se deve a um maior controlo exercido pelos políticos e pelas elites do partido Frelimo nos conteúdos destas notícias.

Os desafios do jornalismo em Moçambique prendem-se com a necessidade da sua liberalização. É preciso que se ultrapassem as visões do jornalismo "independente" ou "dependente", dando lugar a um jornalismo livre dos políticos e ao serviço público. Por outro lado, a censura, embora não manifesta, ainda continua a ser um desafio a ser ultrapassado,

sobretudo pelo facto de o jornalismo continuar a funcionar como transmissor de discursos das classes políticas dominantes.

## Media e cidadania: um quadro de análise

Pela sua capacidade de tornar visível e levantar questões para o debate público, os media têm sido referenciados como actores fundamentais para o funcionamento do sistema democrático, sobretudo por estarem implicados na formação da opinião pública (Tarde, 1898; Lipman, 1922, Dewey, 1927, Serrano, 2006). É em torno disto que autores como Livingstone & Lunt (1994: 9) referem que os media são uma força poderosa nas sociedades contemporâneas, estando crescentemente implicados na construção de eventos políticos e na gestão de decisões políticas.

Como se pode imaginar, as discussões e os argumentos desenvolvidos sobre o papel que os media assumem nos sistemas democráticos são vastos, podendo ser resumidas sob dois pontos de vista. O primeiro olha para os media como um factor desfavorável às democracias, ao funcionarem como meios de produção estratégica da opinião pública, transformando os "cidadãos"<sup>1</sup> em simples consumidores das mensagens. O segundo coloca os media como meios através dos quais os cidadãos participam activamente na vida política, ao se configurarem como um espaço de informação isenta e de discussão livre de ideias.

Os autores que se situam na primeira perspectiva sustentam que os media podem manipular a opinião pública pelo facto de a comunicação mediada não ser realizada com o objectivo de promover o engajamento dos cidadãos, mas sim mobilizá-los para objecti-

vos políticos estrategicamente definidos (Bennett & Manheim, 2001: 280). Portanto, esta consideração limita a autonomia dos cidadãos, ao considerá-los simples consumidores das mensagens dos políticos e sem nenhum envolvimento activo na esfera pública mediática (Entman & Bennett, 2001).

Por outro lado, considerar os indivíduos participantes activos é captar os processos através dos quais a comunicação mediática pode realçar a autonomia, encorajar o envolvimento político e fortalecer a representação dos indivíduos na esfera política. O envolvimento político dos cidadãos está relacionado com a noção dos media enquanto espaço público de discussão racional de ideias. Para que os cidadãos joguem um papel fundamental nas democracias, é necessário que os media estejam abertos à expressão das suas opiniões e críticas ao poder estabelecido. Neste caso, os media constituem o fórum da comunicação política, no qual se realiza o debate público e se realizam as relações entre o poder estabelecido e os cidadãos (Livingstone & Lunt, 1994: 10).

A comunicação mediática constitui uma ferramenta de troca de informação através da qual os cidadãos decidem como pensar e agir sobre a política. É através dos media que os cidadãos tomam conhecimento e avaliam a actividade dos governantes. Os media podem ter repercussões sociais negativas, quando obscurecem os motivos e os interesses por detrás das decisões políticas; ou positivas, quando promovem o envolvimento dos cidadãos nas decisões políticas (Entman & Bennett, 2001: 2).

A liberdade de expressão tem sido vista como um elemento essencial para a troca de ideias e opiniões e para

a protecção do direito dos indivíduos da tirania dos políticos. Os media, funcionam, assim, num quadro de checks and balances, como vigia do governo ou defensor do interesse público. Nesta linha de pensamento, encontra-se um ideal da liberdade dos jornalistas nos sistemas democráticos, que sustenta a ideia do "quarto poder", assumindo-se uma missão adversarial entre o jornalismo e o poder político (Traquina, 2007: 12 - 13).

Contudo, a discussão do papel instrumental da imprensa olha para a liberdade de imprensa como um ideal sobre o qual o jornalismo procura orientar e credibilizar a sua actividade. Como diz Adriano Duarte Rodrigues (2001: 161), embora a liberdade de imprensa e de expressão seja constituída em todos os países democráticos, é em seu nome que se praticam todos os tipos de tiranias e limitações ao direito de acesso à informação. É, por exemplo, em momentos de campanhas eleitorais que as relações entre os políticos e a informação se tornam cada vez mais caóticas, em que os media se transformam em meios de propaganda e de geração de efeitos da realidade, contrariamente à expectativa que se tem de que promovam um diálogo e participação dos cidadãos no debate.

É na base desta dupla perspectiva de argumentação que se desenvolve uma reflexão sobre o papel e a relação entre media e a política em Moçambique, procurando perceber se eles se configuram como um espaço autónomo e livre para a articulação do seu dever de informar aos cidadãos e/ou como um espaço limitado à geração de consensos para responder a interesses de determinadas classes políticas.

## O contexto da liberdade de imprensa em Moçambique: da censura à liberdade de imprensa

Em Moçambique, o funcionamento dos media esteve sempre intimamente relacionado com os sistemas políticos dominantes nas diferentes fases históricas. Quanto às questões de legalidade e usufruto da liberdade de imprensa, há três períodos que se podem destacar: o período da instauração do Estado Novo (1933 a 1974); o período do partido único (1974 a 1990) e o período da democracia multipartidária (de 1990 até hoje).

Os dois primeiros períodos são marcados pelo controlo generalizado da imprensa pelo poder político, caracterizado pela censura e pelo fechamento legal das liberdades de imprensa e de expressão. Na primeira fase (1933 a 1974), a imprensa esteve atrelada às regras de funcionamento vigente na metrópole – Portugal – onde, com a instauração do Estado Novo em 1933, a imprensa foi condicionada pela instituição da censura prévia (Rodrigues, 1999: 74).

Com a luta realizada pelos movimentos nacionalistas nas antigas colónias e a revolução de 25 de Abril de 1974, que culminam com a queda do governo fascista, em Portugal e a independência das colónias, é abolida a censura e começa um movimento de desregulamentação da comunicação social. Em Moçambique, este processo foi visto por parte de alguns editores como uma voz de esperança para o exercício das liberdades de expressão. Contudo, esta esperança viria a desvanecer devido à opção dos dirigentes da Frelimo pela orientação do Estado, ora independente, ao Sistema Socialista (Machiana, 2002).

À semelhança do que acontece no sistema de orientação marxista-leninista, os media são encarados como meios de mobilização massiva da população para os objectivos do Partido Único (Votmer, 2000: 472). Foi por esta via que os principais órgãos de informação existentes em Moçambique foram nacionalizados e dirigidos pela Frelimo, através do Ministério de Informação que funcionava como um vector de controlo das actividades dos jornalistas, de acordo com o programa e directrizes do Partido<sup>2</sup>.

Este segundo período (1974 a 1990/1) foi caracterizado pelo contínuo fechamento do espaço público mediático, bloqueando o exercício livre da opinião devido ao controlo da actividade dos profissionais do jornalismo pelo partido Frelimo, caracterizado pela nomeação de indivíduos de confiança política para a direcção dos órgãos de comunicação e pelo uso dos meios de comunicação como um instrumento de propaganda para a divulgação da orientação ideológica do Partido e das acções do governo (Namburete, 2003: 28).

Conforme argumenta Albino Magaia (1994), estas limitações do exercício da actividade dos jornalistas resultaram do facto de terem sido impostas aos jornalistas as mesmas obrigações dos membros do partido, o que levou ao conformismo com as orientações de trabalho dirigidas pelo Departamento do Trabalho Ideológico (DTI) do Partido e, por vezes, à “autocensura”.

Embora em 1975 o país tenha se consagrado livre da colonização portuguesa, a instituição do sistema do partido único contraria, expressamente, o ideal de um homem livre e com o direito de expressar as suas opiniões. Este facto

verifica-se pela pretensão do controlo do indivíduo, pela valorização do colectivo. Samora Machel, primeiro presidente de Moçambique independente, durante o primeiro Seminário Nacional de Informação, realizado entre os dias 12 e 15 de Setembro de 1977, destaca, entre vários aspectos, a necessidade da valorização do trabalho colectivo e a submissão do trabalho individual à crítica do grupo. É devido a este fechamento do espaço público mediático que encontramos uma opinião pública objecto de manipulação pelo poder político, sustentada por meios de comunicação que funcionam como "correia de transmissão do discurso do poder que entende ser a única instância produtora da opinião" (Rodrigues, 1984: 51).

Conforme o projecto emanado de Samora Machel, em 1977, o papel do homem da imprensa é orientado para aumentar o nível da participação das massas populares. No entanto, esta pretensão da democracia popular de uma imprensa crítica e participativa não passou dum ilusão propagandística que visava cimentar a ideologia socialista, na qual as formas de participação do povo não passavam de momentos de simples denúncia dos detractores e opositores da ideologia marxista-leninista e não da expressão de opiniões individuais e críticas ao sistema político vigente.

### **A instituição da liberdade de imprensa e a bipolarização do espaço público mediático**

Na altura da sua publicação, em Novembro de 1990, a primeira Constituição multipartidária dava espaço, através do artigo 74, à liberdade de imprensa e ao direito à informação. É à luz disso que, em 1991, se introduz a primeira lei de

imprensa (Lei nº 18/91, de 10 de Agosto) que permite a liberalização e o pluralismo de expressão nos meios de comunicação social.

É com estas transformações políticas e legais que surgem novos órgãos de informação com uma gestão independente do Estado, destacando-se a primeira empresa/cooperativa privada de jornalismo, a Mediacoop, que lança, em 1994, o *Jornal Savana*, mais tarde, seguido pelo lançamento dos outros meios de comunicação social que se dedicam à prática do jornalismo no país.

Perante o novo cenário do despontar de novos órgãos de informação, uma das questões que interessaram a muitos estudos foi como conjugar a liberalização dos meios de comunicação social com a prática e o exercício da liberdade de expressão pelos seus profissionais e como constituir um espaço acessível aos cidadãos.

A análise desta questão tem levado a diversas interpretações. Namburete (2002: 84), por exemplo, defende que a liberalização do sector não trouxe abertura dos media para a participação pública, como se esperava com a introdução da lei de imprensa, tendo apenas os media se tornado reféns da classe política, passando, desta forma, o espaço que deveria ser público para o usufruto dos partidos políticos. O argumento sustentado por Namburete é o de que a liberalização do espaço mediático trouxe consigo uma bipolarização dos media: os privados, nascidos com a nova lei de imprensa, passam a dar mais voz aos partidos da oposição e os públicos passam a privilegiar os posicionamentos do partido Frelimo, no poder desde a independência nacional.

Macuane (1999: 44), por seu turno, entende que a nova vaga de jornais (produzidos por jornalistas vindos de diversos órgãos de informação oficiais, que fundam o chamado "jornalismo independente") se caracterizara por "uma visão crítica que os seus similares mais antigos, e representam o despontar de um jornalismo mais incisivo, crítico e investigativo, muitas vezes esbarrando até na visão oficial dos factos". Por seu turno, os jornais de herança multipartidária foram dotados de autonomia administrativa e editorial, tentando desvincular-se das ligações históricas através de críticas ocasionais, mas continuando a serem "profundamente conotados como representantes e ventríloquos do discurso das elites do partido no poder, Frelimo".

Esta configuração bipolar coloca em risco, até hoje, os desafios impostos à imprensa na constituição de um espaço de livre expressão, de participação dos cidadão e de crítica. Trata-se duma situação que tem vindo a tornar-se alarmante, dado o crescente domínio da Frelimo no exercício do poder político em Moçambique.

Esta situação é patente em toda a África Austral, na qual predominam as chamadas democracias da terceira vaga, caracterizadas pela existência de um espaço limitado para os partidos da oposição; a existência duma constituição democrática e com um eixo principal cingido na realização regular de eleições, mas que conduzem à eleição dos mesmos partidos políticos, muitos deles ligados à história da independência dos países (Macuane, 2006: 127 – 128).

De acordo com um estudo sobre a Democracia e a Participação Política em Moçambique (Afrimarp e OSISA, 2009: 61-62), o domínio da Frelimo e a sua

capacidade de influência sobre os principais meios de comunicação públicos (A Rádio Moçambique – RM, a Televisão de Moçambique – TVM e a Agência de Informação de Moçambique – AIM) e sobre os comerciais historicamente vinculados a si, os jornais Notícias e Domingo, traduz-se numa forma desequilibrada do tratamento de assuntos sobre os diversos partidos e candidatos, através da produção de uma informação tendenciosa nos períodos eleitorais e duma grande limitação do acesso dos partidos da oposição aos meios de comunicação públicos.

Olhando para os trabalhos realizados antes das eleições gerais de 2009 em Moçambique, prevaleceria a ideia de que os jornais chamados "independentes", nascidos no contexto das liberalizações, têm enfrentado diversos obstáculos nas suas actividades, marcados por lacunas no acesso às fontes de informação e na protecção das mesmas, embora estejam, cada vez mais, abertos à denúncia da violação dos direitos políticos, de casos de corrupção e de má gestão dos fundos públicos (Afrimap e OSISA, 2009).

Embora a imprensa "independente" esteja associada ao cumprimento da função de "guarda", através das suas intervenções críticas ao governo da Frelimo<sup>3</sup> e denúncias de actos de corrupção, ela tem sido alvo de muitos processos judiciais por difamação, movidos por representantes de diversas instâncias do poder nacional.

A discussão do papel da imprensa na participação política dos cidadãos deverá ser objecto de pesquisas, não se associando ao simples jornalismo de denúncia que tem sido um dos elementos mais usados para avaliar o papel político do jornalismo na construção e consolida-

ção da democracia em Moçambique. Neste caso, é preciso ter atenção à proposta de se olhar para a maneira como os diversos actores políticos (os partidos políticos e os cidadãos) são representados pelos jornalistas, abrindo espaço para a participação de todos.

Tendo em conta os últimos estudos produzidas sobre o comportamento dos media noticiosos na cobertura da campanha das eleições presidenciais, legislativas e provinciais de 2009, aparecem elementos substanciais que indiciam a falta de abertura do espaço mediático à participação dos cidadãos no debate público. O estudo de monitoria da cobertura dos media nas eleições de 2009, realizado pelo MISA-Moçambique (2010), por exemplo, denuncia este paradigma de produção de noticiários a partir de rotinas dos promotores de eventos oficiais, os partidos políticos, havendo poucas ocasiões em que os cidadãos participem na cena eleitoral, expressando as suas opiniões em relação às campanhas dos candidatos.

## Considerações finais

As discussões levantadas mostram o contexto e os desafios dos media noticiosos em Moçambique no exercício da liberdade de imprensa e na promoção do pluralismo, considerando que não só os partidos políticos merecem discutir a acessibilidade do espaço mediático, mas também os cidadãos.

Pesquisas futuras sobre o contexto dos media e cidadania em Moçambique deverão fornecer explicações sobre as fragilidades discutidas, dentro de um conjunto de factores que o jornalismo nacional poderá estar a passar, nomeadamente os constrangimentos económicos,

a formação dos profissionais, o acesso às fontes de informação e a sua permeabilidade aos políticos devido à incapacidade de estabelecer uma agenda de trabalho independente.

A validação da ideia do “jornalismo independente”, vista como uma alternativa de uma imprensa não controlada pelo partido Frelimo, esteve sempre associada ao papel de “guarda”, o que terá, até certo ponto, limitado a institucionalização de um jornalismo cívico, sobretudo ao limitar a função dos jornalistas em denunciar, não lhes atribuindo também a função de promover um debate plural e acessível aos cidadãos.

A avaliação do desempenho dos media em Moçambique para a promoção da cidadania deve ser olhada a partir do espaço que jornalismo confere aos diversos actores políticos, incluindo os cidadãos, tendo em conta as obrigações de produzir uma opinião pública e não consensos.

Por isso, é preciso ultrapassar-se a visão dos media noticiosos em Moçambique em relação a dois pólos: independentes e dependentes. Primeiro, por se fundar numa visão limitada em relação ao papel que os media assumem na promoção da cidadania, olhando-os somente como um espaço de denúncia dos corruptos e, segundo, por colocarem os media, “independentes” e “dependentes” em posições político-partidárias. Independentemente das posições que possam ser tomadas, é preciso realçar a ideia de que o jornalismo – a forte expressão profissional do campo dos media – deve cumprir as suas funções e responsabilidades cívicas de informar aos cidadãos, lutando contra a tentação que os políticos implantam de transformá-los em veículos dos seus discursos.

## Notas

<sup>1</sup> Num sistema similar, o exercício da cidadania se mostra quase impossível, conforme o texto irá argumentar adiante.

<sup>2</sup> O controlo dos meios de comunicação entra em vigor através do decreto presidencial de 21 de Setembro de 1975 que estabelecia que toda e qualquer publicação só podia ser feita mediante a autorização do departamento do Trabalho Ideológico (DTI) do Partido, através do Instituto Nacional de Livro e do Disco (INLD), incluindo publicações de cariz religioso.

<sup>3</sup> A Frelimo é o partido no poder desde 1975, altura da independência de Moçambique. Desde a introdução do multipartidarismo em 1990 e as primeiras eleições gerais em 1994, a Frelimo e os seus candidatos às presidenciais têm ganhado todos os pleitos eleitorais, apesar de todas as constatações que têm sido levantadas pelo principal partido da oposição, a Renamo.

## Referências bibliográficas

AFRIMAP & OPEN SOCIETY INITIATIVE FOR SOUTHERN AFRICA (2009). Moçambique - Democracia e participação política, consultado em Novembro de 2010, em [http://www.afrimap.org/english/images/report/AfriMAP\\_Moz\\_PolPart\\_Disc\\_EN.pdf](http://www.afrimap.org/english/images/report/AfriMAP_Moz_PolPart_Disc_EN.pdf), acedido em 15 de Novembro de 2009.

BENNETT, W. L. e MANHEIM, J. B. (2001). "The big Spin: Strategic communication and the transformation of pluralist democracy". In ENTMAN, R M & BENNETT, W.L. Mediated Politics: Communication in the future of democracy. Cambridge University Press, pp 279 - 298.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE (1990). Maputo: Imprensa Nacional.

DEWEY, J. ([1927] 1954). The public and its problems. Ohio State University Press.

ENTMAN, R M & BENNETT, W.L. (2001). Mediated Politics: Communication in the future of democracy. Cambridge University Press, pp 279 - 298.

HART, R.(2001). "Citizen discourse and political participations: A survey". In ENTMAN, R M & BENNETT, W.L. (2001). Mediated Politics: Communication in the future of democracy. Cambridge University Press, pp. 407 – 432.

LEI DE IMPRENSA – Lei nº 18/91 de 10 de Agosto. Maputo: Imprensa Nacional.

LIVINGSTONE, S. & LUNT, P. (1994). Talk on television: Audience participation and public debate. Oxon: Routledge.

LIPMAN, W. (1965 – 1922). Public Opinion. New York: McMillan Publishing Co., Inc.

MACHIANA, E. (2002). A Revista "Tempo" e a revolução moçambicana: Da mobilização popular ao problema da crítica na informação. Prómedia: Maputo.

MACUANE, J. (2006). "Democracia, eleições e mídia: O caso das eleições de 2004". In MAZULA, B. (dir.). Moçambique: Eleições Gerais 2004 – Um Olhar do Observatório Eleitoral, Imprensa Universitária, Maputo.

\_\_\_\_ (1999). Nas entrelinhas da notícia: Democracia, narrativa e conflito político nas páginas do "Savana" e "Domingo". In. TRAVESSIAS, Revista da Associação de Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa, Nº 1, pp. 39-56.

MAGAIA, A. (1994). Informação em Moçambique. A força da palavra. Maputo: Publicações Notícias.

MISA – MOÇAMBIQUE (2005). Relatório Anual Sobre o Estado da Liberdade de Imprensa em Moçambique. Maputo: MISA Moçambique.

\_\_\_\_ (2009). Relatório da Análise da Cobertura dos Media nas Eleições Gerais de 2009. Maputo: MISA Moçambique.

NAMBURET, E (2002). "Os Média, Paz e Democracia: dez anos mais tarde". In MAZULA, B. (Coord.). Moçambique dez anos de paz. Centro de Estudos de Democracia e Desenvolvimento - CEDE. Maputo.

\_\_\_\_\_. A Comunicação Social em Moçambique: da independência à liberdade. In Anuário Internacional da Comunicação Lusófona. Ano I, nº 1, Abril de 2003, pp. 25 – 42.

RODRIGUES, A. D. (1984). O Campo dos media: Discursividade, narratividade, máquinas. Lisboa: Edições a Regra do Jogo.

\_\_\_\_\_. (1999). As técnicas da Comunicação e da Informação. Lisboa: Editorial Presença.

\_\_\_\_\_. (2001). Estratégias da Comunicação: Questão comunicacional e formas de sociabilidade. 3ª edição. Lisboa: Editorial Presença.

SERRANO, E (2006). Jornalismo político em Portugal: A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001). Lisboa: Edições Colibri.

TARDE, G. ([1898] 1992). A opinião e as massas. Rio de Janeiro: Martins Fontes.

TRAQUINA, N. (2007). O que é jornalismo. 2ª ed. Lisboa: Quimera Editores.

VOLTMER, K (2000). Constructing Political Reality in Russia: Izvestiya — Between Old and New Journalistic Practices. In European Journal of Communication, 15; 469, disponível em <http://ejc.sagepub.com/cgi/content/abstract/15/4/469>, acessado aos 27/12/2008.

---

# O papel da comunicação e da educação na construção da cidadania e no acesso à informação

## Resumo

O objectivo principal deste artigo é reflectir sobre o papel da comunicação e da educação na construção da cidadania no estágio actual da sociedade moçambicana. Para tal, aborda questões ligadas à inter-relação entre a Comunicação e a Educação e o distanciamento entre estas duas áreas fundamentais na formação humana. Analisa o papel pedagógico dos meios de comunicação social na actualidade e a necessidade de acesso à informação como um direito fundamental na construção da cidadania para o desenvolvimento humano e social.

**Palavras-Chave:** comunicação, educação, acesso à informação, cidadania

## Leonilda A.A.S.Muatiacale

Jornalista, Mestre em Comunicação e Semiótica, Doutoranda em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-Brasil. Docente e Pesquisadora da Universidade Pedagógica e Universidade Eduardo Mondlane. Bolseira da CAPES/ PEC-PG.

## Introdução

Este artigo analisa como é que o jornalismo, nas suas mais diversas especialidades, pode contribuir na construção da cidadania e no desenvolvimento do senso crítico não só dos alunos no ambiente escolar e social, como também da população em geral, através do acesso à informação tendo em consideração as particularidades das áreas de comunicação e educação.

Para isso, tomamos como fundamentação teórica a abordagem de Adriano Duarte Rodrigues (1994:22), segundo a qual “a comunicação não é um produto, mas um processo de troca simbólica generalizada, processo de que se alimenta a sociabilidade, que gera os laços sociais que estabelecemos com o meio ambiente”.

Por se tratar de um processo de trocas simbólicas, essa definição pressupõe a existência de sujeitos interlocutores que estejam inseridos num determinado contexto, no qual produzem e compartilham enunciados (mensagens). Os ambientes escolar e social são o contexto de trocas simbólicas por excelência, daí, a importância deste debate para o contexto moçambicano da actualidade.

Dada a sua natureza mediadora, a utilização dos meios de comunicação e os seus conteúdos no processo de ensino-aprendizagem tornou-se uma prática comum para uma boa parte de escolas em vários países, como a França e o Brasil. E há um consenso de que tais processos contribuem para a construção da cidadania.

No caso moçambicano, pela velocidade do crescimento do sector da comunicação e a sua consequente ex-

pansão pelo país, é visível a necessidade de ampliação do acesso aos meios de comunicação por um número cada vez maior da população.

Este panorama impõe a toda a sociedade uma postura mais crítica, principalmente aos jornalistas, educadores, professores e formadores, no intuito de se tirar vantagens significativas que as áreas da Comunicação e da Educação oferecem para a formação do cidadão mais crítico e ciente dos seus direitos e deveres num contexto social em que os desafios são enormes. Tais desafios resultam das grandes desigualdades no acesso aos recursos necessários a uma vida digna, tais como a educação, a saúde, o transporte, o emprego, entre outros.

## Comunicação e educação: intersecções e distanciamentos

A inter-relação entre a Comunicação e a Educação é um dos temas em pauta nos estudos da Comunicação e da Educação, na actualidade. Por se tratar de uma área interdisciplinar, merece muita atenção de especialistas e pesquisadores de ambos os campos do conhecimento.

O intercâmbio entre estas duas áreas não é recente. A utilização de conteúdos mediáticos no processo de aprendizagem dos alunos no ensino primário e médio teve início no começo do século XX, na França.

O educador francês, Célestin Freinet, é apontado como o pioneiro nessa experiência. O professor “desenvolia com os alunos técnicas para o jornal que consistiam na recolha de textos livres e impressos diariamente, agrupados, mês-a-mês, numa encadernação especial

para assinantes e correspondentes”<sup>1</sup>.

Com esta actividade, o educador tinha como intenção estimular o aluno a desenvolver o pensamento, para além de incentivá-lo a expressar-se livremente. No Brasil, “essas técnicas - ou pelo menos semelhantes - puderam ser vivenciadas por iniciativas isoladas até os anos 70”<sup>2</sup>.

Para Braga & Calazans (2001: 56), pela importância da Comunicação e da Educação, e “por serem ambos campos de abrangência, com tendências “avasadoras” sobre variadíssimos aspectos do mundo social e físico”, essas discussões merecem a atenção da sociedade, para que esta seja esclarecida e possa participar activamente na implementação de acções que contribuam para o aperfeiçoamento no país das práticas comunicativas e educativas.

Por um lado, importa salientar que as discussões em curso já estão a enriquecer as duas áreas com reflexões e práticas comuns que trazem algumas mudanças de atitude da sociedade, para além da formulação de novos conceitos, que exigem uma postura e uma leitura diferente em relação aos dois campos de conhecimento. Por outro, ainda existem desconfianças de ambas as partes sobre a possibilidade de interacções entre elas e a sua contribuição para a sociedade.

Na visão de Moran (2000:157), essa desconfiança, em parte, vem do facto de a escola estar desfazada na adopção das tecnologias, para além de essas serem caras, principalmente nos primeiros tempos, e havendo ainda o medo de que possam ocupar o lugar do professor. Moran aponta ainda que “outros adoptam os meios de uma forma acrítica, pensando que vão resolver tudo”.

Por sua vez, os meios de comunicação social também vêm a escola com desconfiança, talvez pelo medo de perder a fidelidade do seu público, uma vez que, com um maior intercâmbio entre as duas áreas, haveria a possibilidade de os alunos aprenderem a olhar e a consumir, criticamente, os produtos dos media e, dessa maneira, os media teriam dificuldades de persuadir o público.

O processo comunicacional é amplo e dinâmico. Através dele ocorre um fluxo contínuo de trocas simbólicas entre os sujeitos participantes. Por isso, a comunicação acontece em qualquer lugar, a qualquer momento da vida do indivíduo, da comunidade, da sociedade.

Uma maneira (intuitiva e não definidora) de se referir à intenção comunicacional é considerar que se trata de processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas acções e objetivos em que se vêem envolvidos (por exemplo, de área política, educacional, económica, criativa, ou estética e toda e qualquer atuação que solicita co-participação. (BRAGA & CALAZANS, 2001:16)

Há que distinguir na comunicação duas dimensões importantes. A primeira é que o processo comunicacional, em si, é espontâneo e emana da necessidade de o ser humano se comunicar, de se inserir e de interagir com os outros em vários espaços significativos da sua vida, como os grupos de convivência, nomeadamente na família, no bairro, na escola, no trabalho, etc.

Nesse sentido, a comunicação permeia as diversas áreas de conhecimento, formando interfaces com elas, como é o caso da interface com a educação. É graças a esse carácter espontâneo do processo comunicacional que o indivíduo pode educar-se por meio de diversas formas de comunicação, princi-

palmente através da interacção social.

A segunda dimensão é o facto de a comunicação existir como um sistema organizado, enquanto meio de comunicação social, quer dizer, que está estruturada em forma de instituições especializadas em produzir, reproduzir e difundir mensagens através da televisão, de jornais impressos, de emissoras de rádio, da internet, entre outros, que têm objectivos específicos e metas a atingir no mercado, que é cada vez mais muito competitivo.

Vistos como um sistema organizado, os meios de comunicação social funcionam como intermediários técnicos nas relações sociais, isto é, desempenham um papel de mediação entre o meio social e os indivíduos e/ou grupos.

Nesse processo, as informações que chegam ao público são antes bem "trabalhadas", isto é, editadas, de acordo com o ideário e as intencionalidades daqueles que estão à frente desses meios, como é o caso dos proprietários, profissionais e patrocinadores, para além de outras esferas políticas e económicas detentoras de algum poder na sociedade e que exercem pressão sobre os órgãos de comunicação social públicos e privados.

É neste ambiente marcado pelo desenvolvimento das tecnologias de comunicação que as pessoas, particularmente os alunos, passam a maior parte do tempo em contacto directo com os meios de comunicação de massa: televisão, internet, livros, jornais, revistas, rádio, cinema e redes sociais digitais (*facebook, blogs, twitter, orkut, badoo, skype*).

O que se verifica é que no meio extra-escolar de convivência, os alunos

têm acesso a essa diversidade dos media e, conseqüentemente, estão expostos a conteúdos de carácter educativo ou não. Braga & Calazans (2001:62) referem que com a presença de um aparato complexo de comunicações gerais numa sociedade mediatizada, os saberes circulam de modo acelerado, diversificado, a partir de fontes mais variadas e vinculados a objectivos também muito diferenciados. Mais do que simplesmente "saberes", multiplicam-se dispositivos de mediação e circulação dos saberes, modificando-se, conseqüentemente, as aprendizagens relacionadas a tais saberes.

Para ambos os autores, essa característica dos media em tornar disponível à sociedade informações sobre os diversos campos de actividade humana, com muita agilidade e rapidez, desafia a escola, que "absorve conhecimentos de campos restritos de modo reflectido e sistematizado, mas com certa lentidão." Essa diversidade de lógicas afigura-se como o espaço de articulações sujeito a tensões: "para a escola, o de encontrar modos próprios (sistematizados e reflectidos) de interagir com a "actualidade acelerada". Para os media, o de inscrever essa actualidade em referências de percepção pública geral e leiga que, entretanto, viabilizem a construção de relacionamentos e sistematizações, (Braga & Calazans, 2001:67).

É neste contexto que, no intuito de busca de estratégias para responder de forma positiva a esses desafios, já se têm praticado algumas actividades específicas como a "educação para os meios" e a "leitura crítica" desenvolvidas nas escolas para consciencializar os alunos sobre a necessidade de "cultivar" o olhar crítico perante a "realidade" construída e difundida pelos media, já que a

escola não pode ficar alheia a esses aspectos<sup>3</sup>.

De acordo com Braga & Calazans (2001), a educação para os meios de comunicação social é uma proposta voltada para o desenvolvimento dos estudantes na sua capacidade de trabalhar com a lógica das tecnologias mediáticas, com os seus processos criativos, com as questões político-sociais e económicas dos sistemas mediáticos. A leitura crítica trata, sobretudo, de observar a produção corrente dos media para, através de análise crítica, desenvolver nos estudantes uma competência para interpretação desses produtos e processos.

Na visão destes autores, geralmente, as interações mais evidentes entre a Comunicação e a Educação são propostas a partir das intencionalidades educativas - no esforço de aperfeiçoar os processos comunicativos necessários para a obtenção de aprendizagem. Dessa maneira, a Escola como instituição, pode concentrar os seus objectivos na formação dos alunos para o olhar crítico sobre a realidade que os media constroem e transmitem para a sociedade.

Nesta discussão, centramos o foco de análise na comunicação enquanto sistema de meios técnicos que possibilitam a circulação de saberes na sociedade porque, como vimos anteriormente, os meios de comunicação desafiam a escola como instituição onde ocorre a aprendizagem do aluno.

A Educação é uma necessidade humana e um processo social muito amplo. "Educar é ajudar a desenvolver todas as formas de comunicação, todas as linguagens: aprender a dizer-nos, a expressar-nos claramente e a captar a

comunicação do outro e a interagir com ele"- (Moran, 2000:156).

Para além desse olhar, entendemos a educação como uma prática social que se desenvolve de maneira formal e informal. De maneira formal, o processo de ensino-aprendizagem centraliza-se na escola, que é o local oficial instituído pela sociedade para formar as pessoas. Já a educação informal é aquela que possibilita ao indivíduo uma aprendizagem através de experiências de vida na família, nos grupos particulares de referência, nos meios de comunicação, de associações, entre outros, que favoreçam a integração do indivíduo na sociedade, pela convivência.

Um dos aspectos que pode possibilitar a integração do indivíduo na sociedade é a obtenção do conhecimento, que constrói e desenvolve a partir de dados ou informações a que tem acesso, por meio de diversas formas, como o próprio processo comunicacional mais amplo, para além dos meios de comunicação. É nesse contexto que os meios de comunicação têm um papel fundamental na educação da sociedade.

### **O papel pedagógico dos meios de comunicação**

Os media estão a influenciar, cada vez mais, a maneira de aprender e de ensinar. As Escolas públicas e as universidades já fazem o uso de materiais e de conteúdos dos meios de comunicação nos seus projectos pedagógicos voltados para a leitura do mundo e da realidade dos seus alunos. Este cenário requer uma redefinição da metodologia de ensino-aprendizagem nos ambientes formais de educação.

Em Moçambique, por iniciativas

próprias ou institucionais, algumas escolas estão a começar a equipar laboratórios de informática com internet. Sem dúvida, esses espaços são de grande importância para a experiência prática sobre o funcionamento dos equipamentos, o que permite, por conseguinte, uma interação maior entre a escola e os meios de comunicação, que antes não existiam. Mas a informatização das escolas e a instalação dos computadores com ou sem internet em salas de aula não são tudo. Há necessidade de construção do senso crítico sobre o uso desses dispositivos, das vantagens e desvantagens dos mesmos porque não podem ser adotados de forma acrítica e desequilibrada.

É fundamental, ainda, que a inserção desses equipamentos nas escolas seja precedida de uma preparação adequada dos professores, dos educadores e dos formadores de maneira a familiarizarem-se e adquirirem competências necessárias para o uso pedagógico das máquinas, das suas lógicas de funcionamento e das inúmeras possibilidades de acréscimo de saberes (locais e globais) e de conhecimentos científicos.

Nesse sentido, Baccega (1998:8) argumenta que “o conhecimento implica crítica. Ele baseia-se na inter-relação e não na fragmentação. (...). O conhecimento é um processo que prevê a condição de reelaborar o que vem como um “dado”, possibilitando que não sejamos meros reprodutores; inclui a capacidade de elaborações novas, permitindo reconhecer, trazer à superfície o que ainda é virtual, o que na sociedade, está, ainda, mal desenhado, com contornos borrados...”<sup>4</sup>.

Este ponto de vista completa a idéia da necessidade de desenvolver o senso crítico das pessoas, uma vez que os

meios de comunicação editam as informações, sejam notícias ou outro tipo de conteúdos de entretenimento ou sobre ciências.

Para entendermos como os media desempenham um papel importante na construção social do significado, os autores DeFleur e Ball-Rokeach (1993:278) revelam alguns princípios que devem ser levados em consideração também nos processos de ensino-aprendizagem através dos media e dos seus conteúdos:

- a) A memória humana possibilita a criação do conhecimento;
- b) O conhecimento existe sob a forma de conceitos, que são estruturas intituladas ou rotuladas de significado lembradas pelos indivíduos;
- c) Os significados para conceitos podem ser criados por uma pessoa, seja por contacto sensorio directo com vários aspectos da realidade, ou por intermédio de interacção simbólica em uma comunidade de linguagem;
- d) A linguagem é essencialmente um conjunto de símbolos (verbais ou não verbais) que rotulam significados previamente ajustados;
- e) Convenções padronizam os vínculos entre símbolo e significado, possibilitando a comunicação entre aqueles que adiram às regras;
- f) Os símbolos e convenções da linguagem combinados e usados por determinadas pessoas modelam sua percepção de interpretação e conduta para com seu mundo físico e social.

Estes princípios têm muito a ver com a narrativa do jornalismo, sobretudo, com o discurso e a linguagem. De acordo com o pensamento de Baccega, “os discursos são a base na qual se assentam os meios de comunicação social. São vozes e pontos de vista escolhidos para a divulgação, que nos dão a base para nos inserirmos no mundo” (BACCEGA, 1998:10).

A autora reconhece que a comunicação passou a ser, por via disso, uma das instituições que "levam a pensar", sobretudo, pela aura do conhecimento agregado à informação. Por isso, Moran (2000) afirma que o conhecimento se dá fundamentalmente no processo de interacção porque é no ambiente da interacção com outros sujeitos que o indivíduo tem possibilidades de reorganizar as informações e aprofundar o conhecimento sobre o que se passa no meio social, de acordo com a sua própria percepção. A inserção de temáticas sobre os meios de comunicação e os seus conteúdos nos currículos escolares traria certas vantagens para os públicos envolvidos no processo de ensino-aprendizagem e contribuiria na construção da cidadania.

Baccegga defende que "para conhecer melhor o mundo, torna-se fundamental desvelar os mecanismos de edição utilizados pelos meios, para interrelacionarmos factos/edição/construção da cidadania". A educação para os meios e a leitura crítica dos mesmos no ambiente escolar pode ser uma forma de os alunos discutirem a visão que têm da sociedade e do lugar onde moram e sobre a maneira como os media constroem a realidade social. Na concepção de Baccegga (1998), desvelar os processos de produção da notícia, de edição de outros conteúdos difundidos pelos media, pode ajudar a transformar a informação em conhecimento. O conhecimento pode levar o indivíduo a lutar pelos seus direitos e a transformar o seu meio social e, dessa forma, elevar-se-ia o valor da cidadania e de os todos direitos a ela inerentes.

## Cidadania e direito de acesso à informação

Na concepção de Geaquinto (2002:26), "cidadania é o conjunto de direitos e deveres cívicos e políticos de um Estado e cidadão. É o indivíduo, a pessoa no exercício da cidadania". Essa definição remete-nos ao conceito original de cidadania na cultura da Grécia antiga, na qual significava a pertença do indivíduo à "polis"<sup>5</sup>. Essa pertença implicava o reconhecimento do indivíduo pelos outros membros como cidadão, o que lhe dava direito à participação efectiva nas decisões sobre o funcionamento da vida da cidade.

Essa concepção é actual no nosso contexto pós-moderno, quando se trata da inserção e da participação do indivíduo na definição dos destinos da vida da sociedade, uma vez que só com a participação na definição da vida social, os indivíduos podem construir a cidadania e usufruir dos seus direitos.

Para Geaquinto, a cidadania emana da sua prática, do compromisso consciente do indivíduo ao actuar, ao assumir o papel de agente da transformação histórica e ocupar o seu espaço de forma objectiva dentro do universo político, económico, cultural e social. "A cidadania é que qualifica o cidadão e ela só se torna transparente e concreta através da acção. O indivíduo estantage, parado, é só indivíduo e não sujeito instituído de cidadania" (Geaquinto, 2002:27).

Através de experiências de utilização dos meios de comunicação na escola, os alunos podem participar com as suas idéias e podem aprender a observar e a organizar os seus argumentos e justificativas perante os factos que acontecem na sociedade. Isso pode ser faci-

litado pela diversidade de veículos de comunicação.

Uma contribuição importante que se espera dessas práticas é a possibilidade de abrir debates sobre assuntos de relevância social. A participação dos alunos nesses debates tem em vista a sua melhor integração na sociedade. Nesse sentido, vale ressaltar a idéia de que "se os meios de comunicação são verdadeiras extensões do homem, porquê não aprender a usá-los desde a infância em um sentido construtivo de auto-expressão e de construção de uma nova sociedade mais justa e solidária?" (Diaz, 1982:93).

Um dos objectivos de se desenvolver acções de cidadania é reconhecer os indivíduos como sujeitos participantes da história que têm capacidade de transformar e mudar a realidade social em que se encontram. Mas para isso, Geaquinto (2002:27) defende que a Educação é uma via de mão dupla que traz o querer, o desejo, a reivindicação da concretização de um direito, e, por outro lado, enseja uma contrapartida, uma responsabilidade. Compreendemos que essa responsabilidade é tarefa tanto individual quanto colectiva.

Existem várias forças determinantes: económica, política e cultural, competindo e em conflito entre si, ao comporem aquela complexa unidade que é a sociedade. Em princípio, na escola, os alunos têm possibilidades de expôr as suas idéias e opiniões sobre algum assunto que queiram compartilhar com os outros e, dessa forma, podem ampliar a sua visão do mundo. Para incentivar essa postura nos alunos, Moran (2000) assinala que precisamos de enfatizar na educação as habilidades que nos ajudem a enfrentar cada etapa nova e que o ines-

perado nos permita desenvolver todas as potencialidades, equilibrando o sensorial, o emocional e o racional.

A escola pode estimular o debate sobre questões da vida social como as leis, o funcionamento do poder público, levando os alunos a confrontar o saber com a experiência de vida. Para além de ensinar os mecanismos da representação escrita, a escola deve também propiciar aos alunos experiências de uso do conhecimento em diferentes situações quotidianas, despertando o interesse dos mesmos em buscar, continuamente, ao longo da vida, novas leituras e novas fontes de informação.

Geaquinto (2002:38) reforça esse papel da escola ao considerar que "esta capacidade de entender, de apreciar, de formar um juízo, de formular explicações, de avaliar o que é ruim ou bom, o positivo e o negativo, no universo onde habitamos, na sociedade, é de suma importância para que sejamos cidadãos". A escola é o local onde acontece a educação sistematizada que, de alguma maneira, procura formar os alunos oferecendo-lhes as bases e os elementos culturais para a sua integração na sociedade.

Nesse panorama, através da análise e debate de temáticas apresentadas pelos meios de comunicação, os alunos têm possibilidades de aprender a questionar as informações que recebem por intermédio dos meios de comunicação social e a desenvolver o senso crítico sobre a realidade, pois, têm espaço para discutir os problemas sociais e trocar idéias com os colegas, com os professores e com os profissionais da comunicação social.

O conteúdo diversificado dos as-

suntos oferece bases para os alunos entenderem o funcionamento dos poderes públicos e da sociedade em geral, para além de lhes facilitar a compreensão da construção social da realidade.

Um dos objectivos do processo de ensino-aprendizagem é estabelecer a conexão entre o conteúdo curricular e a realidade vivida pelos alunos tanto na escola como fora dela. É nesse contexto que defendemos a democratização do acesso aos meios de comunicação social. Tal seria, a nosso ver, um caminho para o acesso à informação das diversas esferas de decisão da sociedade.

Percebemos que, por um lado, as áreas de Comunicação e Educação se aproximam, na medida em que dentre outros aspectos, a Comunicação, como processo amplo, permeia todas as áreas da vida social e possibilita a troca de ideias, de conteúdos simbólicos entre os indivíduos e a Educação; ajuda a desenvolver as diversas formas de comunicação humana para que haja interacção. Por outro, verificamos que ainda existe um certo distanciamento entre a Comunicação e a Educação, principalmente, se consideradas, respectivamente, sistemas de meios e instituições voltadas à educação formal, a que ambas as áreas estão atreladas, pois o seu funcionamento obedece a regras estabelecidas pelos proprietários, e/ou governos que, geralmente, respondem a interesses de grupos dominantes da sociedade que se preocupam mais com a obtenção de lucros do que com as necessidades dos indivíduos e da população em geral.

Ao se tratar da inter-relação entre ambas as áreas, é importante salientar o papel do profissional da comunicação, do professor e da nova figura denominada *educador*, pois cabe-lhes

saber articular essas práticas junto dos alunos para lhes facilitar a compreensão dos processos comunicacionais. Todas essas experiências podem contribuir para o processo de aprendizagem dos alunos em matérias sobre a cidadania e os direitos fundamentais do ser humano.

Com o crescimento das redes de comunicação social, a formação escolar, como também a informal, pode contribuir para o esclarecimento dos indivíduos sobre a realidade da sociedade, sobretudo, em relação a questões ligadas à cidadania.

### Considerações finais

O cenário actual em que assistimos e vivenciamos a multiplicação dos dispositivos de comunicação e a ampliação de condições e possibilidades de acesso aos conteúdos mediáticos exige maior articulação entre as áreas da Comunicação e da Educação para que as pessoas possam construir o senso crítico sobre tais conteúdos.

Para Fonseca (2004:38), tanto a Comunicação quanto a Educação são práticas sociais porque são dadas no âmbito das relações entre os homens (...) e são, igualmente, processos criadores de sentido por excelência, de uma significação que vai sendo construída na medida em que os actores se defrontam e se constituem como sujeitos interlocutores e responsáveis pelo seu destino, enquanto cidadãos com direitos e deveres.

Em Moçambique, os novos currículos de ensino privilegiam a inserção de temas transversais. Seria importante que a utilização dos meios de comunicação e/ou de seus conteúdos e produtos nos processos de ensino aprendizagem dos alunos fosse incentivada e houvesse

maior intercâmbio entre as escolas e os órgãos de comunicação social do país para ampliar a percepção dos alunos sobre as formas de funcionamento desses dispositivos técnicos de maior alcance e impacto social, sobretudo, na actualidade.

A escola é o espaço de diálogo onde o aluno aprende a raciocinar, a questionar e a organizar as informações que recebe por meio dos diversos veículos e dispositivos de comunicação para que lhes sejam úteis no seu quotidiano. Por isso, é, de certa forma, difícil, para não dizer impossível, exercer a cidadania sem que se formule uma posição crítica em relação à realidade em que se vive:

como ser cidadão, sem uma análise do que acontece no nosso dia-a-dia, sem questionar acontecimentos tais como: a falta de liberdade e de oportunidades, a miséria, o desemprego que marginaliza, a discriminação racial, a escalada da violência, os preconceitos de toda a ordem, as desigualdades, a corrupção, a exploração da força de trabalho, o trabalho escravo e a prostituição infantis, a falta de ética na política, e muitos outros factos e acontecimentos? (GEAQUINTO, 2002:38).

Esses questionamentos mostram a urgência de um maior envolvimento dos cidadãos na participação efectiva dos processos que levem à mudança de atitudes, tendo em vista a transformação social a começar pelo ambiente escolar, que é o espaço onde acontece o debate sobre esses problemas específicos.

A consciencialização das pessoas em relação ao ordenamento público da sociedade é outro aspecto fundamental para o conhecimento das leis, do funcionamento dos poderes e das instituições públicas e privadas do país. Tal permite ao indivíduo o pleno exercício da cidadania.

Por meio dessas práticas, os ci-

dadãos têm a possibilidade de participar das produções e das interpretações da realidade, o que não seria possível sem a educação, que é um processo fundamental para a promoção da cidadania. Também não seria possível sem o acesso à informação, uma vez que é esta que fornece notícias e conteúdos sobre o ordenamento da sociedade. É por meio do acesso à informação, de forma directa ou por via dos meios de comunicação social, que se forma a opinião pública, com base numa variedade de fontes e de pontos de vista, que são divulgados para o público.

## Notas

<sup>1</sup> Revista Comunicação & Educação. ECA – USP. 2001. nº 20

<sup>2</sup> A Lei 5692/71, deu abertura para a experimentação de métodos e técnicas, para a época, inovadoras.

<sup>3</sup> No Brasil, essas actividades já fazem parte dos currículos de ensino secundário e médio como disciplinas extra-curriculares, enquanto que em Moçambique ainda existe a necessidade de se estabelecer modalidades de inserção deste tipo de conteúdos nos níveis básico, secundário e, talvez, em outras áreas de formação técnico-profissional. No entanto, já há preocupação dos professores em buscarem formas de trazer ao debate em sala de aula alguns conteúdos e programas dos mais diversos veículos de comunicação social. Recentemente, o Ministério da Educação e Cultura (MEC) introduziu no ensino médio a disciplina de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) no intuito de iniciar os jovens no acesso às TIC's, mas tais estudos poderiam ser ampliados focando sobre debates relacionados com os conteúdos midiáticos e não apenas nas técnicas de acesso às ferramentas de informática. Nos programas de ensino, foram introduzidos conteúdos relacionados com temas transversais. Em algumas escolas, já estão a ser desenvolvidos, embora ainda não estejam bem organizados e unificados.

<sup>4</sup> Revista Comunicação & Educação, 1998, nº 11, pg. 8

<sup>5</sup> Polis, na antiga Grécia significava cidade.

## Referências bibliográficas

BACCEGA, M. A. (1998). Recepção: nova perspectiva nos estudos de Comunicação. *Comunicação & Educação*. (12): 7-15. São Paulo: Moderna.

BRAGA, J. L. e CALAZANS, M. R. Z. (2011). *Comunicação e educação: questões delicadas na interface*. São Paulo: Hacker.

DEFLEUR, M. L e BALL-ROKEACH, S. (1993). *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

DIAZ, B. J. E. (1982). *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense.

FONSECA, C. C. (2004). *Os meios de comunicação vão à escola?*. 1ª ed. Belo Horizonte: Autêntica/ FCH -FUMEC.

GEAQUINTO, W. S. (2002). *Cidadania, o direito de ser feliz: Iguais e desiguais, até quando?* 2ª ed. São Paulo: Scortecci.

MORAN, J. M. (2000). *Mudanças na Comunicação pessoal: gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica*. 2ª ed. São Paulo: Paulinas.

RODRIGUES, A. D. (1994). *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença.

# O Actual Panorama Legislativo da Liberdade de Imprensa e do Direito à Informação em Moçambique\*

## Introdução

Moçambique é um Estado de Direito e Democrático, conforme consagrado na Constituição da República de Moçambique (CRM). A Liberdade de Expressão, a Liberdade de Imprensa e o direito à informação são constitucionalmente garantidos no Artigo 48, o qual, no seu nº 1, diz que *“Todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação”*. Estes direitos são operacionalizados através da Lei 18/91, a Lei de Imprensa, que estabelece os mecanismos de implementação dos mesmos.

Moçambique também adoptou diversos instrumentos regionais e internacionais sobre a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa, nomeadamente: A Declaração Universal dos Direitos Humanos; A Carta Africana dos Direitos dos Homens e dos Povos; A Declaração sobre os Princípios da Liberdade de Expressão em África (desta Declaração nasceu a chamada Declaração de Windhoek); O Protocolo da SADC sobre Educação, Cultura e Desporto. Estes instrumentos retromencionados são acolhidos pela CRM como leis infraconstitucionais ou leis ordinárias.

Deste cenário, constata-se que, de uma forma geral, Moçambique apresenta formalmente um quadro político e legislativo minimamente favorável à li-

## João Nobre

É antropólogo, docente universitário, pesquisador e consultor com experiência na realização de estudos, análises e monitoria dos media em Moçambique. É actualmente Director Executivo do CODD – Centro de Estudos e Promoção de Cidadania, Direitos Humanos e Meio Ambiente.

\* Este texto constitui uma versão revista e ampliada do publicado no Relatório sobre a Liberdade de Expressão e de Imprensa em Moçambique 2008 - 2010, do MISA Moçambique.

berdade de expressão e ao pluralismo e diversidade dos meios de comunicação social. A CRM consagra a liberdade de expressão como um alicerce imprescindível do sistema jurídico-legal e democrático nacional. De acordo com o Artigo 48, nº 1, assiste a todos os cidadãos o direito fundamental de liberdade de expressão, liberdade de imprensa e o direito à informação. A censura é proibida pela Constituição (Artigo 48, nº 2) e a liberdade de imprensa abrange a liberdade de expressão, o acesso à informação e a liberdade intelectual dos jornalistas, a protecção da independência e do sigilo jornalístico, a liberdade de criação de boletins informativos, as publicações e outros meios de difusão de informação (Artigo 48, nº 3).

É inquestionável que desde 1990, altura em que se deu em Moçambique a mudança constitucional que abriu portas para o advento do primeiro dispositivo legal da regulamentação da actividade dos meios de comunicação social, a lei 18/91, de 10 de Agosto (Lei da Imprensa), o país avança no sentido de criar as condições para uma cada vez maior liberdade de expressão e de imprensa. Contudo, apesar deste cenário optimista em relação ao quadro jurídico-legal, os profissionais da comunicação social e a sociedade civil têm advogado a favor de uma reforma legal no sector dos meios de comunicação social, pois, uma análise mais pragmática do panorama legal sobre a Liberdade de Imprensa, a Liberdade de Expressão e o Direito à Informação em Moçambique demonstra existirem vácuos legais persistentes e a prevalência de diversos constrangimentos para a aplicação das leis.

De uma forma geral, o actual panorama legislativo da liberdade de Imprensa e do direito à Informação em

Moçambique, bem como o cenário actual do sector da comunicação social no país caracterizam-se por:

a) Uma Lei de Imprensa em vigor há 21 anos e cuja necessária e iniciada revisão pontual está em "águas paradas";

b) Aparente indecisão sobre a introdução ou não da carteira profissional dos jornalistas (que está provavelmente refém da revisão da Lei de Imprensa);  
Inexistência de uma lei de radiodifusão;

c) O dantesco desafio da migração tecnológica (do analógico para digital até 2015) e garantia de não exclusão digital da população;

d) A ausência de uma lei do direito à informação, cujo anteprojecto foi já depositado na Assembleia da República em Novembro de 2005; A persistência de vícios de inconstitucionalidade por omissão legislativa, ou seja, a existência de direitos constitucionais relativos ao direito à informação não usufruídos devido à ausência de legislação específica para a sua regulamentação;

e) A existência de leis que restringem a liberdade de expressão e de imprensa (as chamadas leis anti-media). São exemplos de leis anti-media: a Lei 19/91 (Lei dos Crimes contra a Segurança do Estado) e a Lei 12/79 (Lei do Segredo do Estado).

Nas páginas que se seguem, apresentamos os contornos destes aspectos que configuraram o actual pa-

norama legislativo sobre a Liberdade de Imprensa e o Direito à Informação, assim como, de uma forma geral, o sector da comunicação social em Moçambique. O texto também sintetiza os desdobramentos mais relevantes tendentes à mudança do actual panorama legislativo.

## O Processo de Revisão da Lei de Imprensa

Em Moçambique, está em vigor uma Lei de Imprensa desde 1990. Esta lei permitiu a pluralidade e multiplicação de órgãos de comunicação social no país mas restringiu-se apenas à imprensa escrita. Quinze anos após a entrada em vigor desta lei, em Novembro de 2006, foi oficialmente lançado um debate visando a revisão pontual da Lei, com a perspectiva de que o mesmo encerraria a 31 de Março de 2007, o que não aconteceu, tendo o debate se prolongado por mais quatro anos e a submissão do anteprojecto adiado *sine die* e sem nenhuma explicação por parte do Governo, que esteve à frente da iniciativa de revisão pontual da Lei.

O trabalho de revisão da lei está a ser liderado pelo Gabinete de Informação de Moçambique (GABINFO), com o envolvimento do Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ), do Fórum Moçambicano de Editores (EDITMOZ), do Instituto de Comunicação Social da África Austral (MISA-Moçambique) e da Associação das Empresas Jornalísticas (AEJ).

## Objecto da revisão da Lei de Imprensa

Desde o seu início, a revisão pontual da Lei de Imprensa tem sido encarada de duas formas: por ter sido da iniciativa do Governo, alguns acreditam que esta revisão faz parte de um esforço do Governo no sentido de uniformizar e controlar os meios de comunicação social

nacionais; outros, porém, consideram a revisão necessária e encaram-na como uma oportunidade para a ampliação da liberdade da imprensa no país.

Em Abril de 2007, num dos debates públicos do anteprojecto da revisão da Lei, os participantes foram unânimes em considerar que a revisão da Lei de Imprensa deve culminar com uma maior abertura e não limitação da liberdade dos jornalistas no exercício da sua profissão. De uma forma geral, a expectativa dos profissionais de comunicação social é de que a lei revista (i) seja mais abrangente e inclua a regulação de outros meios de comunicação social como a rádio, a televisão e a internet; (ii) aborde o estatuto do jornalista; (iii) não inclua cláusulas que punam com prisão os actos considerados difamatórios contra titulares de órgãos de soberania; (iv) redefina e clarifique melhor o âmbito do Conselho Superior de Comunicação Social (CSCS) de Moçambique que, como um órgão previsto na CRM, devia ter um regulamento próprio independente da Lei de Imprensa.

O anteprojecto da nova Lei de Imprensa mantém inalterados 17 artigos da Lei actual. Da actual Lei, 39 artigos foram parcial ou totalmente alterados e foi proposta a inclusão na nova Lei de 16 novos artigos, sendo que 10 artigos da actual Lei foram revogados. Os novos artigos dizem respeito à definição de imprensa, falam sobre a propriedade, espectro radioelétrico, incentivos à comunicação social, sector público da comunicação social, destinatários do depósito legal, cancelamento do registo, elementos do registo, carteira profissional do jornalista, acesso às fontes de informação, direito de resposta, entre outros.

Durante o debate da revisão

pontual da lei, as organizações da sociedade civil participantes sempre se esforçaram no sentido de se eliminarem da Lei todos os dispositivos que deixam a possibilidade de responsabilidade criminal dos jornalistas e de crimes de imprensa. Neste ponto de debate, não foi possível obter consenso, tendo se mantido a imputação aos jornalistas de responsabilidade criminal pelo que a Lei define como crimes de imprensa. É de lamentar que este dispositivo tenha prevalecido, apesar de a Declaração de Princípios sobre a Liberdade de Expressão, aprovada pela Comissão Africana dos Direitos dos Homens e dos Povos, afirmar que “os Estados devem rever todas as restrições criminais relacionadas a conteúdo para assegurar que elas sirvam a um interesse legítimo numa sociedade democrática”.

Previo-se que durante o ano de 2010 fossem sintetizadas as contribuições recolhidas nos debates públicos do anteprojecto de lei e, de seguida, o anteprojecto fosse entregue ao Conselho de Ministros, a quem caberia a função de encaminhá-lo, em forma de projecto, à Assembleia da República. Contudo, isto não aconteceu e as organizações que estiveram a trabalhar com o GABINFO neste processo mostram-se indignadas por esta revisão da lei ter sido relegada para o terceiro plano, dado o silêncio e quase abandono do processo pelo GABINFO e manifesto desinteresse do Governo pelo encaminhamento do anteprojecto à Assembleia da República.

### **Sobre a introdução ou não da carteira profissional do Jornalista**

Um dos assuntos de maior interesse e controvérsia no debate sobre a revisão pontual da actual Lei de Imprensa é sobre a introdução ou não de uma carteira profissional para os jornalistas.

No anteprojecto da revisão pontual da Lei, no que diz respeito à carteira profissional, o articulado da proposta diz que o exercício da profissão de jornalista carece de obtenção prévia da correspondente carteira profissional, nos termos do respectivo regulamento, aprovado pelo Governo, sob proposta das associações socioprofissionais da área de comunicação social.

Existem interpretações divergentes sobre a introdução da carteira profissional. Alguns intervenientes no debate defendem que uma carteira profissional iria restringir a liberdade dos jornalistas, na medida em que o respectivo regulamento, apesar de proposto por associações socioprofissionais, será aprovado pelo Governo, podendo este limitar o exercício livre da profissão jornalística. Outros, porém, consideram que a carteira profissional constitui um imperativo e garantia de qualidade do exercício profissional do jornalismo. Pontificam neste último grupo as principais organizações socioprofissionais do sector da comunicação social (entre as quais o SNJ e o MISA-Moçambique) e alguns editores de destacados órgãos nacionais de comunicação social escrita.

O argumento a favor da introdução da carteira profissional coloca enfoque na necessidade de regulamentação dos salários auferidos pelos jornalistas, na qualidade do jornalismo praticado, nas questões éticas do exercício profissional, na questão do conflito de interesse relacionado com jornalistas que exercem simultaneamente outras actividades, como a assessoria de imprensa a grupos económicos e a órgãos e dirigentes públicos. Enfim, consideram que a carteira profissional será um documento de identificação do jornalista e de certificação profissional, habilitando-o para o exercí-

cio da profissão e dos direitos e deveres previstos na Lei de Imprensa.

### **Ausência de uma Lei da Radiodifusão**

Um dos maiores vácuos legais no sector da comunicação social em Moçambique verifica-se no subsector da radiodifusão. A Lei de Imprensa actualmente em vigor dá enfoque exclusivo à imprensa escrita. Encontram-se fora da regulamentação a rádio, a televisão e outros meios de comunicação social, como os relacionados com a internet.

O subsector da radiodifusão é regulado e fiscalizado pelo Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique (INCM). Efectivamente, o INCM tem por finalidade, em conformidade com o Artigo nº4 do Decreto Nº. 32/2001, de 6 de Novembro (que aprova o Estatuto Orgânico do INCM), regular e fiscalizar o sector das comunicações, bem como a gestão do espectro de frequências radioeléctricas. As atribuições e competências do INCM compreendem, entre outras, o licenciamento das estações de radiodifusão e a atribuição e gestão do espectro radioeléctrico. Para o licenciamento e a regulamentação do sector da radiodifusão em particular, o INCM serve-se, entre outros, dos seguintes regulamentos e leis:

- Lei de Base das Telecomunicações, Lei n.º 8/2004, de 21 de Julho;
- Estatuto Orgânico do INCM, Decreto n.º32/2001 de 6 de Novembro;
- Regulamento de Licenciamento, Decreto n.º 33/2001 de 6 de Novembro;
- Regulamento de Taxas Radioeléctricas, Decreto n.º 64/2004, de

29 de Dezembro.

Actualmente, o INCM está a preparar diversa legislação adicional para o sector da radiodifusão, com destaque para o Regulamento de Radiocomunicações e o Regulamento de Radiodifusão Digital.

Apesar da existência do INCM e dos instrumentos legais de que a instituição se serve, pode-se afirmar que, de uma forma geral, o subsector da radiodifusão em Moçambique está legalmente desamparado devido à inexistência de uma lei específica de radiodifusão. O vasto subsector da radiodifusão comunitária também continua desamparado e carente de uma lei que diferencie claramente este subsector do público-estatal e do comercial, por forma que estejam claramente definidos os estatutos e as funções de cada um e não haja competição desnecessária e injusta entre estes subsectores.

Visando preencher o vácuo legal que caracteriza o sub-sector da radiodifusão, o GABINFO e as principais associações técnico-profissionais do sector da comunicação social no país, nomeadamente o SNJ, o EDITMOZ, o Misa-Moçambique e a AEJ, deram início em 2010 ao debate público de uma proposta de Lei de radiodifusão. O debate público do anteprojecto da Lei de radiodifusão devia ter acontecido em finais de 2009. Contudo, este debate foi adiado porque, segundo o GABINFO, o processo coincidia com o calendário do processo eleitoral. O certo é que até a altura em que nos encontramos a redigir este texto, ainda não há sinais de que a Lei de Radiodifusão poderá ser, pelo menos, levada para debate na Assembleia da República.

## O Processo de migração tecnológica

Em 2005, na Conferência Internacional de Radiodifusão Digital, a União Internacional das Telecomunicações (UIT) propuseram aos estados da África Austral a transição até 2015 do sistema de transmissão analógico para o digital. Em 2006, Moçambique e mais 117 países assinaram um acordo sob a égide da UIT, comprometendo-se a licenciar e apoiar a Transmissão Digital Terrestre (TDT) até 17 de Junho de 2015. A TDT é uma tecnologia que permite a transmissão digital do sinal de televisão, oferecendo uma qualidade muito superior em relação à transmissão analógica, permitindo uma utilização mais eficiente do espectro radioelétrico, proporcionando espaço para mais canais de televisão e permitindo agregar outras funcionalidades à televisão, com destaque para a transmissão simultânea de vários programas num mesmo canal e uma maior interactividade. A transmissão digital vai substituir a transmissão analógica, nos vários tipos de suportes, tais como cabo, satélite e radiodifusão terrestre.

A transição para o sistema digital implica a adopção de um padrão uniforme para codificação, transmissão, modulação, difusão e recepção digital de programas, bem como a necessidade de substituição por equipamentos digitais dos equipamentos analógicos de captação, edição e transmissão interna de vídeo e áudio. Trata-se de um processo bastante oneroso e que constitui um grande desafio para a maioria dos países em desenvolvimento, incluindo Moçambique.

Existem cinco padrões de TDT, nomeadamente o padrão Americano (identificado pela sigla ATSC), o Europeu (identificado pelas siglas DVB-T & DVB-T2), o Japonês (identificado pela sigla ISDB-T),

o Chinês (identificado pela sigla DTMB) e uma variante do padrão japonês melhorada pelo Brasil (identificado pela sigla SBTVD-T).

Em vários países do mundo, incluindo países africanos, a implantação da TDT está actualmente na segunda fase do processo, após a primeira que consistiu na escolha do padrão de TDT. A segunda fase do processo consiste na migração de toda a população para a TDT. Moçambique está visivelmente atrasado no processo da migração. Em Novembro de 2009, o INCM realizou a primeira Conferência Nacional sobre Comunicações em Parceria Público-Privada, subordinada ao tema "Introdução da Radiodifusão Digital em Moçambique". O objectivo da conferência era dar a conhecer aos operadores públicos e privados do sector de radiodifusão sonora e televisiva, de telecomunicações e ao público em geral, a necessidade da migração do actual sistema de transmissão analógica de televisão para o digital. Nesta conferência, foram também analisadas as implicações sociais, económicas e tecnológicas deste processo de migração.

A opção por um ou por outro padrão depende de cada país, em função de vários factores sociais, políticos e tecnológicos. Contudo, ao nível da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC), os países membros foram advertidos de que era importante que adoptassem o mesmo modelo, por causa da economia de escala e devido à necessidade de trocas tecnológicas que ocorrem na região. Assim, a última conferência regional de radiodifusão digital, realizada em Novembro de 2010, em Lusaca, na Zâmbia, visando a adopção de um plano harmonizado para a migração digital na região, recomendou que os países membros da SADC deviam adoptar o

modelo europeu (DVB-T2). Tratou-se, literalmente, de uma recomendação, pois cada país membro tem a prerrogativa de escolher livremente o modelo a adoptar entre os existentes, desde que a opção não interfira na planificação de frequências já elaboradas pelos países da SADC no âmbito do modelo europeu.

Em Junho de 2011, o Governo moçambicano anunciou formalmente que Moçambique adoptou o padrão europeu – Digital Video Broadcasting (DVB-T2), seguindo a mesma opção de outros países da SADC. Também parece certo que o prazo para os *switch-off* do sistema analógico foi prorrogado para o ano 2020.

A transição para o sistema digital é um processo bastante oneroso e constitui um grande desafio para Moçambique, tanto para o Estado como para as empresas produtoras de conteúdos de media (rádio e televisão) e para os consumidores finais dos produtos digitais, nomeadamente a população.

Cabe ao Governo a responsabilidade pela implantação de toda a tecnologia necessária para a transmissão do sinal digital em todo o país. O mais provável, tendo em conta vários pronunciamentos do Ministro dos Transportes e Comunicações e do director do INCM, é que o Governo moçambicano confie a uma empresa a gestão de todo o processo de transmissão do sinal de TDT para todo o território nacional.

As emissoras de rádio e televisão terão a responsabilidade de investir em equipamento necessário para a produção de conteúdos digitais, não havendo necessidade de se preocuparem com os equipamentos de transmissão e com a manutenção da rede de emissão. Ainda

que a recepção das emissões da TDT seja gratuita, a população moçambicana terá que investir em novos equipamentos receptores (televisores) que permitam a recepção directa do sinal digital compatível com a TDT (e para o caso de Moçambique, com a tecnologia referente ao padrão adoptado) ou em descodificadores que permitam (re)utilizar os receptores analógicos.

A questão que se coloca face a este aspecto é se a população terá capacidade de adquirir tanto os receptores digitais, como os descodificadores, que são bastante caros tendo em conta o nível de vida da maioria dos moçambicanos. A expectativa é que o Governo, mesmo confiando a gestão do processo a uma empresa, traga uma solução que seja de baixo custo para a população e que não leve à exclusão digital grande parte ou a maioria da população moçambicana, devido à incapacidade financeira de comprar receptores compatíveis ou descodificadores.

Os esforços do Governo devem ser no sentido de orientar todo o processo de migração de modo a permitir não só uma migração tecnológica a baixo custo para a população, mas também que permita uma cada vez maior democratização da comunicação e acesso dos cidadãos a tecnologias modernas e a conteúdos social e culturalmente relevantes. Uma migração tecnológica bem sucedida em termos de tecnologia implantada pelo Governo e da produção de conteúdos pelas empresas de radiodifusão não acrescentará nada a uma população que, por não ter capacidade financeira, não pode adquirir receptores compatíveis e usufruir dos conteúdos digitais. A migração deveria, por isso, ser entendida num sentido mais amplo, como uma mudança também sociocultural e

não meramente tecnológica.

### **A Sempre Adiada Aprovação da Lei do Direito à Informação**

Desde 1990, ano em que foi aprovada e entrou em vigor a Constituição da 2ª República, a CRM, o país reconhece explicitamente ao direito à informação a natureza de direito fundamental assegurado aos cidadãos, apenas sujeito às limitações expressamente admitidas pela própria CRM, conforme impõe no seu artigo 56.

A CRM de 2004 consagra o princípio do direito à informação através do seu artigo 48º. O número 1 deste artigo estabelece que *“todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação.”* À semelhança do que resulta do artigo 19 da Declaração Universal dos direitos Humanos (DUDH), o direito à informação foi consagrado na CRM em paralelo com o direito à liberdade de expressão, assumindo-se a interdependência intrínseca entre estes dois direitos. A CRM refere explicitamente que não haverá pleno exercício da liberdade de expressão sem pleno acesso à informação e vice-versa.

Do ponto de vista formal, o acima exposto ressalta que, em Moçambique, existe uma garantia constitucional do direito à informação. E o direito à informação faz parte da categoria de direitos fundamentais que o artigo 56 da CRM determina que são de aplicação directa, ou seja, que o seu exercício não deve ser condicionado pela inexistência de leis que lhes confira exequibilidade. Contudo, apesar deste explícito reconhecimento legal do direito à informação na CRM, na realidade, ainda não se constata uma efectiva incorporação das expectativas normativas na praxis social.

Uma vez que ainda não existe no país uma lei específica que regulamente os procedimentos de acesso dos cidadãos à informação de domínio público, a realidade formal constante da CRM não tem reflexos na praxis social dos moçambicanos, que continuam a ter dificuldades no acesso à informação.

Ainda que à luz do disposto no artigo 56 da CRM (*o direito à informação é um direito fundamental, de aplicação directa*), a realidade demonstra que a inexistência de uma lei específica, de regulamentação e de estabelecimento de procedimentos e prazos legais, tem como consequência a ocorrência de restrições genéricas e a ausência de canais institucionais regulares responsáveis pela divulgação e disponibilização de informação pública aos cidadãos, não sendo por isso materializadas as normas constantes do artigo 48º da CRM. Existe, pois, um impedimento real para que o direito à informação seja efectivamente exercido.

A CRM impõe que seja emanada legislação específica que regulamente as condições jurídico-legais, procedimentais e institucionais em que o direito à informação poderá ser exercido pelos cidadãos. Efectivamente, o nº 6 do artigo 48º da CRM determina que *“o exercício dos direitos e liberdades referidos neste artigo é regulado por lei com base nos imperativos do respeito pela Constituição e pela dignidade da pessoa humana”*.

Assim, pode-se concluir que o exercício pleno do direito à informação está refém da aprovação de uma lei específica que regulamente este direito. Estamos, portanto, diante de um cenário de inconstitucionalidade por omissão legislativa, ou seja, da existência de um direito constitucional não usufruído devido à ausência de legislação específica que

regule este direito conforme a determinação da CRM.

Acresce-se a esta inconstitucionalidade por omissão legislativa, o facto de existirem obstáculos de natureza legal e institucional que a simples declaração do direito à informação na Constituição não remove. É o caso, por exemplo, da Lei do Segredo do Estado, a Lei nº 12/79, de 12 de Dezembro de 1979, que, no seu artigo 4, dispõe sobre documentos classificados que, segundo a lei, *"são aqueles que contêm informação militar, política, económica, comercial, científica, técnica ou quaisquer outras cuja divulgação ponha em causa, prejudique, contrarie ou perturbe a segurança do Estado e do povo ou da economia nacional"*. Esta lei, pela pouca clareza no que considera ser informação classificada e segredo do Estado, é um obstáculo ao acesso à informação pública. Outra lei que constitui um obstáculo ao acesso à informação é a Lei dos Crimes de Estado (Lei nº 19/91, de 18 de Agosto).

Para além da CRM, outro dispositivo legal que aborda o direito à informação em Moçambique é a Lei de Imprensa (Lei nº 18/91, de 10 de Agosto). Esta lei estabelece, no número 1 do seu artigo 3º, que o Direito à Informação significa a faculdade de cada cidadão se informar e ser informado sobre factos e opiniões relevantes, a nível nacional e internacional, bem como o direito de cada cidadão divulgar informação, opiniões e ideias através da imprensa. O número 2 do mesmo artigo refere que *"nenhum cidadão pode ser prejudicado na sua relação de trabalho, em virtude do exercício legítimo do direito à liberdade de expressão do pensamento através da imprensa"*.

Num contexto em que não existe uma lei do direito à informação, alguns

estudos têm demonstrado que existem algumas normas avulsas que têm importância e podem ser aproveitadas para o exercício do direito à informação. Numa pesquisa recentemente realizada pelo MISA-Moçambique (MISA, 2010), ficou demonstrado que, por exemplo, em termos das normas que regulam a organização e o funcionamento das instituições públicas encarregues de manusear a informação pública, podem ser exploradas as possibilidades criadas pela institucionalização pelo Decreto nº 36/2007, de 27 de Agosto, do Sistema Nacional de Arquivos, bem como de instituições complementares tais como o Conselho Nacional de Arquivos, pelo Diploma Ministerial nº 36/2010, de 16 de Fevereiro, em simultâneo com a Comissão Nacional de Documentos e Informação de Moçambique, instituído pelo Diploma Ministerial nº 35/2010, de 16 de Fevereiro e, fundamentalmente, o Centro Nacional de Documentação e Informação de Moçambique (CEDIMO), cujos estatutos orgânicos foram aprovados pela Resolução nº 15/2009, de 8 de Julho.

São também de destacar as acções que o Governo de Moçambique tem realizado no âmbito da governação electrónica, com impacto visível na garantia do acesso à informação pela população não só nas principais cidades do país, mas também nos distritos. A expansão da governação electrónica, principalmente na componente de websites de instituições públicas, tem contribuído (ainda que seja difícil estimar em que extensão) para aprimorar a transparência administrativa, através da disponibilização de informações sobre os processos administrativos das instituições públicas. No entanto, estas iniciativas não são suficientes, principalmente se considerarmos o número ínfimo da população moçambicana que tem acesso e faz uso efecti-

vo da internet<sup>1</sup>. Portanto, trata-se de um empreendimento que deve ser acompanhado e fortalecido pelo estabelecimento de um verdadeiro regime de direito à informação, através da aprovação de uma Lei sobre o Direito à Informação.

Perante o cenário acima descrito, caracterizado pela garantia constitucional do direito à informação, mas refém da regulamentação por uma lei específica ainda inexistente, uma resposta concertada, da iniciativa do MISA-Moçambique, em parceria com várias outras organizações socioprofissionais do sector da comunicação social em Moçambique, nomeadamente o SNJ, o EDITMOZ e a AEJ, levou à elaboração de um anteprojecto de Lei do Direito à Informação, submetido à Assembleia da República no dia 30 de Novembro de 2005 para agendamento e posterior debate e aprovação. O anteprojecto ficou arquivado até agora, não tendo merecido atenção por parte da Assembleia da República.

Em Janeiro de 2010, o presidente da Comissão da Administração Pública,

Poder Local e Comunicação Social da Assembleia da República, afirmou que o direito à informação seria uma prioridade do novo Parlamento moçambicano, tendo garantido que, ainda nesta VII legislatura, seria debatida e aprovada a Lei de Direito à Informação.

Um novo ímpeto foi dado à advocacia da aprovação da Lei de Direito à Informação quando, em 2010, o MISA-Moçambique juntou-se a outras 19 Organizações da Sociedade Civil moçambicana e criou a Coligação DAI, com vista a pressionar a Assembleia da República no sentido de agendar o debate e aprovar o projecto de Lei do Direito à Informação submetido em 2005. Desde 2005, altura da submissão à Assembleia da República do projecto de Lei do Direito à Informação, o país testemunhou agendas parlamentares que excluíram por completo o debate desta lei.

Apesar das promessas feitas pelos parlamentares em vários momentos, e das acções de advocacia da sociedade civil no âmbito das acções da Coligação DAI, em Moçambique prevalece um vácuo legal na questão do direito à informação.

**Quadro:** Legislação relevante com impacto sobre a liberdade de expressão, de imprensa e de Informação em geral.

Lei	Objecto da lei
Lei nº 18/91 de 10 Agosto 1991 Lei de Imprensa	Estabelece os princípios que regem a actividade dos media bem como os direitos e deveres dos seus profissionais. Regula o registo da imprensa escrita e o regime de licenciamento da rádio e televisão e outras matérias relevantes.
Lei nº 19/91 de 18 Agosto de 1991 Lei dos Crimes contra a Segurança do Estado	Inclui disposições nos termos dos quais os crimes de difamação, calúnia e injúria cometidos contra o Presidente da República, o Presidente da Assembleia da República, os membros do Governo, os juizes do Tribunal Supremo e os membros do Conselho Constitucional, bem como contra deputados, magistrados, presidentes e secretários-gerais de partidos políticos, constituem crimes contra a segurança do Estado.
Decreto nº 22/92 de 31 de Dezembro de 1992	Operacionaliza o fim do monopólio estatal sobre a actividade da radiodifusão, estabelecendo as condições legais e técnicas para o acesso ao espectro de radiofrequências por parte de outros sectores.
Decreto nº 9/93 de 22 de Junho	Estabelece os critérios de participação dos sectores privado e comercial no domínio da radiodifusão.
Decreto nº 18/94 de 16 de Junho 1994	Cria a Rádio Moçambique enquanto provedor de serviço público de radiodifusão.
Decreto nº 19/94 de 16 Junho de 1994	Cria a Televisão de Moçambique enquanto provedora de serviço público de televisão.
Decreto Presidencial nº 4/95 de 16 de Outubro 1995	Cria o Gabinete de Informação (GABINFO), entidade sucessora do Ministério da Informação, funcionando como unidade de assessoria técnica subordinada ao Gabinete do Primeiro-Ministro.
Decreto nº 65/2004 de 31 Dezembro de 2004	Aprova o Código da Publicidade.
Lei nº 12/79 de 12 Dezembro 1979	Estabelece o regime jurídico do Segredo de Estado.

Fonte: MISA-Moçambique (2009: 32)

## Nota

<sup>1</sup> Dados recentes da Internet World Stats indicam que, até 2010, em Moçambique existiam apenas 612.500 utilizadores de internet, de um total de aproximadamente 23 milhões de habitantes (Cf. <http://www.internetworldstats.com/africa.htm#mz>, consultado em 13 de Julho de 2011)

## Referências Bibliográficas

MISA (2009). Panorama do desenvolvimento da Comunicação Social em Moçambique. Maputo: MISA-Moçambique.

MISA (2010). Percepções dos Governan-

tes, dos Deputados e da Sociedade Civil sobre Direito à Informação, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa. Relatório de Pesquisa. Maputo: MISA-Moçambique.

INTERNET WORLD STAT. <http://www.internetworldstats.com/africa.htm#mz>, (consultado em 13 de Julho de 2011).

# Digitalização da televisão em Moçambique: Estruturações, Políticas e Estratégias

## RESUMO

Neste artigo faz-se uma reflexão sobre a digitalização da televisão em Moçambique, processo que vem se desenhando desde 2006, quando o governo de Moçambique anunciou a migração tecnológica na radiodifusão do país até 2015. Em 2011, o conselho de ministros deliberou e decidiu adoptar o modelo europeu de televisão digital. Assim sendo, é imprescindível verificar, desde já, as lógicas, as políticas e as estratégias que orientam esse processo e avaliar a forma como as novas plataformas serão moldadas, de modo a garantir maior participação dos cidadãos, não estando apenas a serviço dos interesses dos poderes económico e político.

**PALAVRAS-CHAVE:** Digitalização da televisão, políticas, lógica social, alfabetização digital, Moçambique

## João Miguel

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISNOS); Professor na Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane (ECA/UEM) e na Escola Superior de Jornalismo (ESJ); membro do Grupo de pesquisa sobre Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS), que conta com o financiamento da Ford Foundation.

## Introdução

Desde o seu surgimento, há mais de 30 anos, a televisão em Moçambique tem passado por várias transformações e reestruturações, resultantes das dinâmicas económicas, políticas e sociais que o país vem atravessando nos últimos tempos. A primeira ocorreu na década de 90, ocasionada pela mudança constitucional que abriu as portas à pluralidade de opiniões e visões, contrastando com a versão anterior, concebida ao ritmo do único partido, então vigente, a Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO). O fenómeno que estava se processando no país, nessa altura, também estava conectado a uma série de mutações estruturais do capitalismo que, por essa altura, tendia a expandir-se por todos os cantos do planeta, na sua fisionomia globalizante.

No sector dos media, um dos factores a ser ressaltado, relativo a esse primeiro momento, foi o advento do primeiro dispositivo legal da regulamentação da atividade da mídia, a lei 18/91, de 10 de Agosto, a Lei da Imprensa que, no corrente ano de 2011, completa vinte anos, mostrando, por isso, sinais claros de desajustamento em relação à realidade que actualmente se vive no país. As mudanças (rápidas e complexas) que têm marcado o contexto moçambicano e global demandam constantes actualizações dos dispositivos que regulam as condutas sociais, em geral, e a práxis do sector midiático, em particular. Evidentemente, a lei, em si só, não é garantia de harmonização do jogo de interesses, por vezes conflitantes. A lei precisa de ser acompanhada por mecanismos de fiscalização eficazes e, sobretudo, por políticas de comunicação mais participativas e condizentes com a realidade do país.

Em 2008, o Gabinete de Informação (GABINFO) promoveu debates, em todo o país, com vista à actualização da Lei da Imprensa. Passados cerca de três anos, o documento ainda espera a sua aprovação pela Assembleia da República. Caso seja publicado, na melhor das hipóteses, estará clamando por uma nova revisão. O GABINFO é uma personalidade jurídica com autonomia administrativa e sem inserção no conjunto do Conselho de Ministros, mas ligada ao primeiro-ministro. Este órgão tem as seguintes atribuições: a) assessorar o primeiro-ministro em matéria de comunicação social; b) facilitar a articulação entre o Governo e os meios de comunicação social; c) promover, em articulação com os porta-vozes dos ministérios, a divulgação pública das actividades oficiais; d) facilitar o acesso dos órgãos de comunicação social e do público em geral à informação sobre as actividades governamentais; e) promover iniciativas de apoio do Governo aos órgãos de comunicação do sector público, privado e cooperativo; d) exercer a tutela do Estado sobre as instituições estatais e órgãos de comunicação do sector público nos termos da Lei da Imprensa (GABINFO: 2000).

De entre as várias transformações que ocorreram na comunicação social, a partir do marco legal acima referenciado, pode ser destacada a entrada de vários actores que passaram a se interessar pelo mercado da comunicação que, paulatinamente, tendia a crescer. O surgimento de diversas empresas midiáticas traduziu-se na multiplicidade de oferta de produtos comunicacionais, informacionais e culturais. Na verdade, esse fenómeno estava relacionado com o cenário global vivido no final da década de 80 e início dos anos 90, em que o sector da comunicação, da informação e da cultura se revelava como uma arena

privilegiada de inversão de capitais, mobilizando, conseqüentemente, actores de diversos quadrantes. Ao analisar esse fenómeno Miêge, observa e constata a tendência do reforço da industrialização da comunicação, da informação e da cultura que, de entre vários factores, caracteriza-se pelo aumento das ocasiões de consumo (MIÊGE, 1999: 23).

Assim sendo, produtos que antes estavam reservados a momentos especiais, tais como as salas de espectáculos, por exemplo, são colocados à disposição, através de diversos suportes. Enfim, o sector da diversão passa a ser um lugar ao qual são canalizados investimentos.

### **A multiplicidade da oferta e o acirramento da disputa**

Passados vinte anos desde que foi constituído o mercado midiático no país, a disputa tem estado a crescer e atraindo actores moçambicanos e estrangeiros com vantagens em termos de recursos económicos. Em 2010, a empresa ZAP, do grupo Zon TV Cabo, a maior operadora portuguesa de televisão, internet e telefone, com capitais portugueses e angolanos, passou a operar na distribuição de TV por satélite em Moçambique. A entrada desta operadora trouxe problemas à Digital Satellite Television (DSTV), sul-africana, que até então era a única do género a operar no país. O primeiro grande transtorno sofrido pela DSTV foi a perda dos direitos de transmissão da liga portuguesa de futebol, preferida pelos portugueses que vivem em Moçambique e na África do Sul e também por muitos moçambicanos que nutrem alguma simpatia por clubes portugueses. Aliás, grande parte dos assinantes o faz movida por essa paixão. Assim sendo, o jogo entre estas duas operadoras está apenas a começar e tudo indica que vai ser renhido.

Esse mesmo mercado de televisão por assinatura também passou a ser disputado pela Startime Moçambique, uma Empresa de capitais moçambicanos e chineses. Esta companhia é participada pela Holding moçambicana Focus 21, com 15%, e pela Startime Intenacional, com 85% das acções<sup>2</sup>. Tendo como presidente do conselho de administração Valentina Guebuza, a filha do Presidente da República, a Startime já está demonstrando sinais de que vai preocupar as concorrentes. Em Maio de 2011, com apenas duas semanas de funcionamento, esta operadora já contava com cinco mil usuários. Falando à Televisão de Moçambique (TVM), a directora de comunicação daquela instituição sublinhou que o número de clientes tenderá a crescer, na medida em que os preços de aquisição dos produtos estão coadunados com as possibilidades financeiras dos telespectadores de baixa renda, que actualmente não são contemplados pelas operadoras existentes. Mil e quinhentos meticais (cerca de 55 USD) é o preço de cada decoder com 30 canais. A mensalidade são 300 meticais (cerca de 11 USD). Não é por acaso que nas lojas desta empresa vêem-se filas enormes para a aquisição dos produtos e serviços da companhia. Entretanto, a preocupação com a expansão e com o número de usuários não tem sido acompanhada com a oferta de um sinal com melhor qualidade. Grande número dos usuários já está a reclamar e mostrar a sua insatisfação, dadas as dificuldades para sintonizar os canais oferecidos.

### **A migração tecnológica e sua processualidade**

A segunda transformação no campo da comunicação do país encontra-se, ainda, em processo e vem se desenhando desde 2006, quando o governo

de Moçambique anunciou a migração tecnológica na radiodifusão do país até 2015. Em Janeiro de 2011, o conselho de ministros deliberou e decidiu adoptar o padrão europeu de televisão digital (Digital Video Broadcasting – DVB-T2) e também prorrogou para 2020 o switch-off do sistema analógico, prazo intransponível de acordo com União Internacional das Telecomunicações (UIT), entidade internacional que supervisiona a área e que conta com financiamento da Organização das Nações Unidas para a Ciência Educação e Cultura (UNESCO), organização de que Moçambique é membro. Entretanto, a partir de 2013, de acordo com a promessa da Startimes, estarão em funcionamento os dois sistemas, o analógico e o digital. Dos 14 países da Comunidade dos Países da África Austral (SADC), as Ilhas Maurícias são a única nação que possui cerca de 90% dos aparelhos adaptados ao sistema digital mas a África do Sul e a Tanzânia estão avançados no processo.

Como se pode notar, em relação aos outros países da região, Moçambique está muito atrasado. Durante muito tempo o governo permaneceu no silêncio. Desde a altura do anúncio até o momento em que começaram a ser desenhadas algumas acções houve um grande vazio. Quem ganhou visibilidade, de forma isolada, foi o director geral do Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique (INCM). Em momentos esporádicos, os operadores de rádio e TV apresentaram os seus pontos de vista, mostrando claramente desarticulação e falta de preparação para a nova plataforma. O INCM é a instituição responsável pelas políticas da radiodifusão digital. No entanto, a questão da migração tecnológica não é meramente técnica, não pode ser assunto exclusivo deste organismo governamental.

A ausência de vários actores e de diversos segmentos da sociedade moçambicana nas discussões é preocupante. Essas constatações levam a crer que as decisões tenderão a ser tomadas ao sabor de motivos tecnológicos, económicos e políticos. Isso tampouco significa dizer que esses factores são menos importantes. Entende-se, também, que a lógica social das tecnologias deve ser evidenciada, para que todos percebam a importância do processo da digitalização da televisão. A falta de ordenação jurídica da radiodifusão digital que acompanhe o processo já está a criar um vazio legal. A experiência tem mostrado que situações desta natureza favorecem aos proprietários dos meios, que poderão operar movidos pelos seus interesses. Os poderes públicos poderiam aproveitar o facto de o processo estar em andamento e impulsionarem serviços que beneficiem ao cidadão, principalmente o desfavorecido.

Desde o início da discussão sobre a digitalização da radiodifusão no país, o Brasil tinha mostrado a sua intenção de transferir o seu modelo. Esse desejo foi expresso através de uma carta-compromisso dirigida ao executivo moçambicano. Este país havia também garantido a doação de laboratórios para a produção de material audiovisual, bem como o fornecimento de recursos humanos brasileiros e a capacitação de quadros nacionais para o processo de implementação da radiodifusão digital, caso Moçambique optasse pelo modelo nipo-brasileiro. Da mesma forma, o governo brasileiro procurou persuadir outros países africanos a adoptarem o padrão de TV digital nipo-brasileiro e estimava que 17 países do continente poderiam escolher o modelo. Durante essas conversações, as pretensões brasileiras de transferir o sistema nipo-brasileiro não vincaram: a velha

ligação África/Europa evidenciou-se e optou-se pelo modelo europeu.

Em Moçambique, as empresas de rádio e televisão responsabilizam-se pela aquisição de equipamentos de captura, edição e processamento de dados do sistema digital. Na situação actual, não existe nenhuma operadora com condições financeiras para, isoladamente, operar a migração. Ao perceber essa dificuldade, a TVM, a Televisão Independente de Moçambique (TIM) e a TV Maná assinaram acordos com a Startime.

Estas empresas passarão a ser incluídas num pacote de 30 canais (incluindo nacionais) que aquela instituição oferece aos telespectadores que usam os serviços de televisão paga. A Startimes, como foi referenciado, é uma joint venture de capitais moçambicanos e chineses que vai investir 140 milhões de dólares na digitalização da televisão. Pretende liderar o processo de conversão do sinal analógico para o digital dos canais nacionais até 2013. Várias personalidades assistiram à cerimónia de apresentação da empresa. Dentre essas pessoas influentes, pode ser destacada a primeira-dama Maria da Luz Guebuza, que também é a mãe da presidente do conselho de administração. Estava também nesse evento o ministro da ciência e tecnologia que, na ocasião, disse que a presença daquela empresa reflectia as boas políticas que o país possui no sector da comunicação, tendo salientado que o beneficiado é o cidadão<sup>3</sup>. Se a presença da Startimes reflecte, efectivamente, boas políticas, isso o tempo dirá, isto é, o sucesso da digitalização da televisão dependerá, principalmente, do grau democratizador, da pluralidade de conteúdos e também da existência de canais abertos a vários segmentos sociais. Cumpridas

essas funções, haverá, certamente, motivos para afirmar-se que políticas certas foram adoptadas.

### **Digitalização: uma breve conceitualização**

Compreender a dinâmica da sociedade contemporânea não permite que se coloque de lado a centralidade que vem sendo assumida pela tecnologia. Isso não significa afirmar o determinismo tecnológico nem manter uma visão optimista ou pessimista. As promessas sobre melhorias sociais relacionadas com as tecnologias têm sido sempre maiores. Contudo, a realidade mostra resultados adversos. A começar pelo próprio acesso, muitas pessoas ainda estão muito distantes do usufruto das tecnologias. Assim, um posicionamento crítico reconhece, por um lado, a centralidade da tecnologia nas sociabilidades contemporâneas e potencialidades interactivas, entre outras, e, por outro lado, não deixa de ser verdade que muitas pessoas ainda vivem em sociedades pré-industriais, portanto, à margem desses processos.

O campo da cultura e da comunicação está, cada vez mais, acomodando o seu modo de operar nos cânones digitais. Em comparação com as barreiras existentes para a entrada no mundo analógico das indústrias culturais, no mundo digital e online estas são muito mais baixas, dado que, em princípio, qualquer organização pode gerar conteúdos a muito baixo custo e os inserir na rede. Assim, parece que este novo cenário carregado de um pluralismo de conteúdos e formatos de produção informativa e cultural. A internet é frequentemente entendida como prestadora universal de serviços, como se procurasse servir a todos os gostos e interesses possíveis. Contudo, os entusiastas ignoram tanto a economia

profunda quanto as desigualdades sociais que ainda estruturam o seu acesso e a tendência da internet para desestruturar a esfera pública, embora configure outros tipos de espaços de encontro entre as pessoas. Assim, como os canais múltiplos da televisão, a dispersão de interesses na internet esvazia a vida social, visto permitir às pessoas consumir apenas aquilo que já conhecem. Tal fragmentação funciona, poderosamente, contra a formação de novos pontos de contacto que podem apoiar o processo deliberativo sobre questões colectivas (MURDOCK, 2006: 13-28). O discurso dominante amalgama e exhibe as vantagens das tecnologias, no entanto, as corporações tomam a dianteira e, sem esperar pelos alinhamentos das políticas públicas, oferecem serviços que dão como resultado uma mudança substantiva da vida quotidiana dos indivíduos ou, pelo menos, de uma parte dela (DRUETTA, 2004: 37).

No âmbito das indústrias culturais, o panorama não parece tão claro nem esperançoso e se teme por uma concentração empresarial muito maior, de tipo horizontal e vertical, em relação aos conteúdos informativos. Neste sentido, os portais são um claro exemplo de concentração de tipo vertical: através de compras e alianças de diversas índoles entre diferentes sectores da produção simbólica (principalmente empresas de telecomunicações, software e televisão com produtores de conteúdos), as empresas proprietárias oferecem uma gama variada de serviços e possibilidades para que o internauta não tenha necessidade de sair do site. Desse modo, o seu imaginário é arrebatado pelas novidades incessantemente despejadas por essas empresas, sempre atentas ao potencial de consumo dos indivíduos. O locus da invocada interactividade é, na verdade, um espaço de consumo. O

usuário, ao contrário do que sucede na tradicional indústria das telecomunicações – concretamente na telefonia vocal –, não cria conteúdos, mesmo que a configuração da rede apresente mutações fundamentais (BECERRA, 2004: 37). As vivências globalizantes, possibilitadas pelos novos meios, atravessam os limites societários, rompem filtros civilizacionais, interferem em modos de relacionar-se e alteram costumes e convenções.

O espaço de consumo se exacerba como campo de forças internacionais que desalojam a ideia original de territorialidade (os homens pertencendo a um pedaço do planeta que também lhes pertence) e com ela a noção de identidade associada à partilha de sentimentos e crenças. O megaterritório mundial está sempre em tensão, pois as mudanças são rápidas e instáveis. Os novos objectos buscam substituir os antigos e ordens verticais pragmáticas se impõem sobre as ordens horizontais da cultura. Os valores concentram-se em certos pontos e se despojam noutros (MORAES, 2005: 45).

A digitalização refere-se à transformação da comunicação, incluindo palavras, imagens, filmes e sons, numa linguagem comum. Sendo uma vantagem para o ciberespaço, a digitalização oferece ganhos consideráveis em velocidade e flexibilização, em comparação com os meios de comunicação electrónicos anteriores, que se baseavam largamente em técnicas analógicas (MOSCO, 2006: 80). De uma forma geral, é hoje praticamente impossível reflectir sobre as indústrias culturais e, especialmente, do funcionamento das operadoras televisivas, sem ter em conta seu progressivo acoplamento nas malhas da info-telecomunicações. A convergência tecnológica, a integração de suportes que facilitam a digitali-

zação, a redução de toda a mensagem a um código binário desembocam em fusões, concentrações e alianças entre actores industriais (BECERRA, 1998: 93).

A digitalização é um processo técnico que transforma o sinal em qualquer dos suportes conhecidos: cabo satélite, linha telefónica, onda hertzianas, etc. A sua principal vantagem é a convergência que permite a reunificação de parentes da mesma família, por muito tempo separados (BUSTAMANTE, 2008: 13). Em televisão, a digitalização afecta todas as fases do processo de comunicação, desde a criação até a pós-produção e difusão, com destaque para as consequências em cada uma dessas etapas. É justamente nesse aspecto que as empresas televisivas moçambicanas enfrentam dificuldades, tendo em conta que ajustar as actuais estruturas ao novo modelo envolve grandes investimentos.

A digitalização surge ao mesmo tempo que o processo de comercialização da cultura se acentua. A expansão do produto leva à materialização da digitalização. Os dispositivos tecnológicos passam, por um lado, a ser utilizados, antes de mais, para intensificar a comercialização da informação e do entretenimento. Por outro lado, passam a desempenhar um papel crucial no alargamento do mercado das audiências, com o intuito de intensificar a comercialização do trabalho envolvido na produção, distribuição e troca de comunicação (MOSCO, 2006: 80).

Esse movimento da reestruturação capitalista permite a substituição do trabalho intelectual, paralelo a uma intelectualização geral de todos os processos de trabalho, de modo que a relação entre trabalho manual e intelectual tende a alterar-se, o que está relacionado com

transformações profundas do modo de produção, de tal modo as tecnologias da informação e da comunicação adquirem um protagonismo crucial no processo (BOLAÑO, 2007: 63). Trata-se de um processo devidamente planejada pelos arquitectos do capitalismo digital. Para isso, havia necessidade de criar uma rede económica alargada que pudesse apoiar o leque cada vez mais vasto no interior das empresas e no relacionamento entre elas (SCHILLER, 2011: 21). O sistema informacional, à sua frente a web, torna-se o vector da ampliação de uma comunidade pacífica de democracias, melhor garantia de um mundo seguro, livre e próspero. Só uma rede de computadores capaz de enviar sinais, incluindo voz, imagem, vídeo e dados até o último recanto da terra, acrescenta Schiller (2011), seria adequada para sustentar essa migração crescente para o comércio electrónico. Os discursos aclamatórios da tecnologia pecam quando, propositadamente, não revelam a outra face desse processo, ou seja, o uso da ferramenta para agilizar a circulação de informações, em benefício do sistema.

### **Televisão digital e as suas implicações sócio-econômicas**

No processo da digitalização da radiodifusão do país, quando se refere ao cidadão, o que se evidencia tem sido apenas a questão relativa ao custo dos conversores que, como se pode prever, estará além do poder de compra da maioria dos telespectadores. Entretanto, há outros aspectos a serem considerados que vão além da simples dificuldade de obtenção de aparelhos e de conversores. Entende-se que o conceito de televisão deverá expandir-se e apresentar reflexos significativos em sua qualidade e, complementarmente, trazer lógicas não comerciais e novos conteúdos, inclusive

alguns não tradicionais do sistema televisivo. Da mesma forma, espera-se que sejam potenciadas as possibilidades de uso para a tele-educação e para o tele-governo. Essas questões não têm sido discutidas, na medida em que apenas se evidenciam aspectos tecnológicos e financeiros.

Uma concepção democrática da transição digital exige um novo protagonismo da sociedade civil e não apenas dos proprietários dos media. Assim sendo, essa nova plataforma não pode ser moldada sob uma perspectiva exclusiva dos proprietário dos meios ou dos agentes que estão a entrar no mercado, como é o caso da operadora que já anunciou o seu ingresso, a Startimes. Os debates realizados nas redes sociais (o único espaço onde se discute este processo) têm demonstrado a preocupação de alguns sectores da sociedade em relação à forma como está a ser encaminhada a digitalização da televisão. Entre outros aspectos, questiona-se a pujança financeira da filha do Presidente da República que, além de tantos empreendimentos, está tornando-se agora grande empresária do sector da comunicação. Também existe uma inquietação relativa à falta de regulamentação da radiodifusão digital. Aspectos técnicos e económicos ganham mais visibilidade em relação aos requisitos legais e sociais que poderiam garantir o encaminhamento dos interesses, principalmente dos menos favorecidos. Há sinais de que o governo não tem políticas claras sobre a digitalização da televisão. Não diz nada sobre a participação das universidades, das organizações não governamentais (ONGs) e de outros organismos que poderiam ser contemplados no processo.

A digitalização da televisão no país veio agregar mais um problema político-communicacional na problemática existen-

te. Segundo o censo de 2007, menos da metade dos lares moçambicanos tem aparelho de TV, ou seja, maior parte da população está excluída e não pode usufruir das possibilidades de informação, educação e entretenimento que podem ser proporcionadas por esta mídia. Na melhor das hipóteses, o único meio pelo qual essas pessoas se inserem no mundo é o rádio que funciona a pilha, uma vez que a expansão eléctrica encontra-se ainda em andamento, existindo ainda vários locais não contemplados.

## Conclusão

Os aspectos arrolados ilustram o quão a digitalização da televisão é um processo cheio de dificuldades, próprias de um país com limitações, distorções e discrepâncias sociais. Nessa óptica, é fundamental que o governo moçambicano, ao pensar nas políticas de migração tecnológica, também invista em sistemas que permitam não apenas uma migração a baixo custo, mas que sejam estudados em função da sua capacidade de actuar socialmente, em relação à educação e distribuição de conteúdos plurais e inclusivos. A migração tecnológica deve ser encarada como oportunidade para a democratização da comunicação e também para que os novos meios sejam orientados para o uso dos cidadãos, tais como a educação à distância e o acesso aos portais governamentais (o governo precisa de canais para comunicar-se com o cidadão. A presidência aberta que tem sido evidenciada não basta). Para isso, a componente alfabetização digital torna-se uma proposta indispensável de formação para o ser humano. Esta poderá dar ao cidadão a possibilidade de entender e gerar mensagens comunicativas, reconhecendo o contexto social que o cerca, a partir de uma posição criativa, cidadã, reflexiva e crítica (OJE-

DA-CASTANEDA, 2008: 86). A convergência digital dos meios de comunicação e informação do século XXI é uma indiscutível inovação tecnológica. Também é necessário que estejamos atentos para impulsionar uma permanente e ampla discussão orientada para a criação de espaços que permitam mais interacção e que revitalizem os valores, a cultura e o sentido de pertença à moçambicanidade.

## Notas

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Recife - Pe.

<sup>2</sup> O PAÍS. Moçambique vai escolher o modelo de radiodifusão digital a implementar. Disponível em <<http://www.opais.co.mz/index.php/economia/38-economia/13703-startime-vai-operar-televisao-digital-em-mocambique-e-ja-preve-investir-100-milhoes-usd.html>>. Acesso a 20 Maio 2011.

<sup>3</sup> TELEVISÃO INDEPENDENTE DE MOÇAMBIQUE. Empresa chinesa Startimes vai introduzir em Moçambique televisão digital.

## Referências bibliográficas

BECERRA, M. (1998). "De la divergencia a la convergencia". In: BACERRA. Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Norma, p. 91-102.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTO, V. C. (2007). A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus.

BUSTAMANTE, E.; ERANQUET, R.; LEYVA, M. T. G.; PEREIRA, X. L. (2008). Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión, radio, prensa, revistas culturales e calidad de la democracia. Barcelona: Gedisa.

DRUETTA, D. C. (2004). "Sociedad de la información y el conocimiento: algunos deslindes imprescindibles". In: \_\_\_\_ (Coord.). Sociedad de la información e conocimiento: entre lo falaz y lo posible. Buenos Aires: La Crujía, p. 17-55.

GABINETE DE INFORMAÇÃO (2000). Relatório das actividades do gabinete de informação: 1995-1999. Maputo.

MIÈGE, B. (1999). "A multidimensionalidade da comunicação". In: BOLAÑO, C. R. S. (Org.). Globalização e regionalização das comunicações. São Paulo: Edusc.

MORAES, D. (2005). Cultura mediática y poder mundial. Bogotá: Norma.

MOSCO, V. (2006). "Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital". In: SOUSA, Helena (Org.). Comunicação, economia e poder. Porto: Porto, p. 79-102.

MURDOCK, G. (2006). "Transformações continentais: Capitalismo, comunicação e mudança na Europa". In: SOUSA, H. Comunicação, economia e poder. Porto: Porto, p. 13-28.

O PAÍS. Moçambique vai escolher o modelo de radiodifusão digital a implementar. Disponível em: <<http://www.opais.co.mz/index.php/economia/38-economia/13703-startime-vai-operar-televisao-digital-em-mocambique-e-ja-preve-investir-100-milhoes-usd.html>>. Acesso em: 20 maio 2011.

OJEDA-CASTANEDA, G. (2008). "Brecha y alfabetización digital en la formación ciudadana". In: MADARIAGA, J. M. G.; CALVI, J.; FERNADEZ, F. T.; GONZALEZ, M. M. (Orgs.). Políticas de comunicación en

Espana y Latinoamérica: medios convencionales, tercer setor audiovisual y alfabetización digital. Madrid: Dykinson.

SCHILLER, D. (2001). "O movimento neoliberal das ligações em rede nasceu nos EUA". In: \_\_\_\_\_. A globalização e as novas tecnologias. Lisboa: Editorial Presença, 2001. p. 21-57.

TELEVISÃO INDEPENDENTE DE MOÇAMBIQUE. Empresa chinesa Startimes vai introduzir em Moçambique televisão digital. Disponível em: <<http://www.tim.co.mz/por/Noticias/Nacional/Empresa-chinesa-StarTimes-vai-introduzir-em-Mocambique-televisao-digital>>. Acesso em: 27 Abr. 2011.

# As redes de investigação entre Moçambique, Brasil e Portugal: Análise comparativa de cooperação

## Resumo

O presente estudo reflecte sobre as redes de investigação entre Moçambique, Brasil e Portugal; realçando os benefícios da colaboração científica entre os três países. De um modo particular, o artigo analisa a formação de redes de investigação e os benefícios sociais que resultam dessas alianças científicas. Além disso, o trabalho analisa as potencialidades de tais redes na promoção de novas formas de relações entre os três países, através de programas de cooperação científica. Com efeito, os resultados deste trabalho permitem concluir que Brasil, em colaboração com as instituições de ensino e pesquisa moçambicanas, assume um papel fundamental na formação de quadros em diferentes áreas da pesquisa aplicada, fundamentais para o desenvolvimento do país; enquanto Portugal continua a manter o seu modelo de cooperação científica orientada, exclusivamente, para a formação de recursos humanos, bem como para a capacitação institucional.

**Palavras-chave:** redes de investigação, cooperação, colaboração, pesquisa

Celestino Joanguete

Investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho e bolseiro do doutoramento da FCT

## Introdução

As redes de investigação científicas internacionais e a mobilidade dos respectivos investigadores é um tema que tem merecido a atenção das academias e das agendas políticas. No que se refere aos países africanos, o movimento de cientistas é considerado como fuga da massa cerebral, um assunto que tem preocupado a todas as nações africanas.

Seja como for, e apesar das críticas, a criação de redes de pesquisa internacionais é relevante e enriquecedora para qualquer nação ou academia, pois trata-se de uma nova abertura e aliança entre países alicerçadas na globalização e desconcentração de conhecimento.

O papel das instituições de ensino universitário, bem como o dos centros de pesquisas direccionados para os sectores da agricultura, da saúde, da educação e da tecnologia, é crucial para o desenvolvimento económico e social de um país.

Por sua vez, a importância das redes de investigação entre países possibilita a criação de novos colectivos académicos mais autonomizados.

A formação de cientistas moçambicanos em centros de pesquisas brasileiros e portugueses tem revelado uma grande contribuição para a formação da futura classe de investigadores nacionais, precisamente nesta fase em que se busca sedimentar as bases de formação do capital humano, particularmente a obtenção de conhecimentos e o acesso a algumas das mais prestigiadas experiências brasileiras e portuguesas no combate contra a pobreza. Nesta fase, os ministérios moçambicanos de Ci-

ência e Tecnologia e de Educação, em consonância com algumas universidades moçambicanas, já enviaram várias equipas de estudantes às universidades e aos centros de pesquisa brasileiros e portugueses.

Ao contrário de vários países do mundo, incluindo Portugal como a antiga potência colonizadora, Brasil está a redesenhar as suas redes colaborativas de pesquisa com os países africanos de expressão portuguesa, facto considerado importante para a formação dos futuros cientistas africanos com vista ao fortalecimento da capacidade nacional. A cooperação, a formação e a iniciação em pesquisas científicas nas áreas da saúde, da agricultura, da educação e da tecnologia são exemplos que ilustram bem essa estratégia. Uma estratégia que está voltada para o apoio a um processo de longo prazo, onde a contribuição do Brasil é fundamental em termos materiais e, principalmente, de assessoria e consultoria técnicas.

A metodologia para a elaboração do presente trabalho baseou-se na análise bibliográfica da literatura multidisciplinar, na revisão dos documentos relativos à cooperação científica entre Moçambique, Brasil e Portugal e na análise de relatórios de avaliação de cooperação.

As conclusões do presente estudo sobre as redes de pesquisa entre Brasil, Portugal e Moçambique apontam para o Brasil como aliado preferencial de Moçambique em pesquisas aplicadas, enquanto Portugal continua a manter, durante muitos anos, uma política virada a formação de recursos humanos e de capacitação institucional.

## Contextualização

A ciência assume um papel muito relevante no mundo de hoje. As universidades são as instituições onde a produção da ciência tem crescido e se tem adaptado aos novos tempos. Actualmente a ciência continua a ter o seu papel na explicação dos fenómenos que a sociedade observa. Cada vez mais distingue-se a ciência fundamental da ciência aplicada, embora esta segunda, ao contrário da primeira, veja a sua importância social crescer porque cria efeitos que se repercutem rapidamente na vida da sociedade ou da comunidade.

As universidades transformam-se não apenas numa organização rígida com capacidade de investigar e perceber a ciência fundamental, mas num organismo flexível capaz de compreender como aplicar a ciência e de como disseminar os seus efeitos benéficos por toda a sociedade.

A universidade não se esgota enquanto produtora de conhecimento e de capital humano, assume-se igualmente como responsável pela transferência de conhecimento, pela inovação, pela promoção de liderança e pela dotação regional em termos de infra-estruturas científicas e tecnológicas.

As universidades, para perceberem como estão a cumprir o que delas se espera, devem ter uma lógica de auto-avaliação e de monitorização constante das suas actividades. Uma das vertentes desta avaliação permanente é o entendimento das próprias limitações, das competências e das relações que existem com a envolvente (seja local, regional, nacional ou internacional).

○ relacionamento com a co-

munidade, com as empresas, com os organismos públicos e com outras unidades de investigação e desenvolvimento é também fundamental naquilo que se designa de actividades de extensão.

As redes de pesquisa são muito importantes, sempre o foram no contexto científico, porque a troca de experiências e conhecimento beneficia as várias partes. Actualmente, num contexto globalizado, são as forças das redes que trazem o sucesso, facilitam o acesso a certos requisitos, por exemplo, recursos humanos, fluxo de conhecimentos, solução de problemas, etc. Elas multiplicam o conhecimento, garantem a credibilidade das instituições, aprovam projectos, trazem financiamentos, enfim, garantem a produção de resultados. A Sociedade do Conhecimento funciona baseada numa lógica de rede, Castells (2007). Assim, defende-se que as organizações que se adaptarem com maior sucesso a esta lógica terão maiores hipóteses de se afirmarem num contexto cada vez mais competitivo.

No contexto da lusofonia, a possibilidade de interacção académica a partir de novas maneiras de cooperação possibilita, de certa forma, conectar a qualquer pessoa, organismos, instituições de ensino, centros de pesquisa e inclusive a pessoas singulares, graças à língua portuguesa e a um passado histórico comum. Além disso, possibilita acessar a uma base de dados e a "processos de intermediação cultural, político e social". De acordo com Silva (s/d), essa multiplicidade de canais de comunicação permite uma nova forma de conectividade, novas redes tecno-sociais e de pessoas em progressiva comunicação e a troca de ideias e de experiências.

Silva (s/d) afirma ainda que em ambiente de constituição de redes de comunicação ou de outras formas de identidades culturais através de programas e projectos, as organizações organizam-se em redes alternativas como forma de se garantirem face às posições sociais assimétricas. Pois, faz todo sentido que todas as redes constituídas numa relação de equilíbrio de forças tenham a potencialidade de solidarizar e integrar as partes num espaço competitivo.

A vantagem de integração em redes, seja quais forem as suas orientações profissionais, trazem, para além do equilíbrio de forças, a auto animação, o fluxo de comunicação e as novas dinâmicas tanto locais como globais. Elas estruturam as suas forças de relações de cooperação e constituem instrumentos de poder e de controlo. Trata-se de experiências colectivas que junta sinergias na busca de novas formas de trocas entre comunidades, aumentando a produção cultural, política, académica ou mesmo de interesse dos seus membros.

Silva (s/d) apelida o direito de se constituírem redes de acesso ao conhecimento, de defesa de interesses mútuos, de direitos cívicos e sociais, etc., como sendo o "direito da cidadania cultural". No entender da autora, trata-se de um direito que passa necessariamente pelo dever de produção de projectos culturais através de redes colaborativas que garantam a democratização da cultura e do conhecimento, ainda mais nesta época do processo de globalização:

Estar em rede, em tempos de globalização, é um processo no qual os indivíduos, num processo de interacção, de intersubjectividade, de mediação cultural, buscam um redimensionamento do espaço público, ainda que, muitas vezes, de forma inconsciente. Toda cultura tem suas próprias práticas distintivas

para criar e manter redes sociais. Ao se pensar nas maneiras culturalmente apropriadas de usar tecnologias sociais o melhor ponto de partida são as pessoas: comunidades coerentes de pessoas e as maneiras como elas pensam e como podem incorporar-se em processos sociais mais amplos. As tecnologias de rede em geral podem ser usadas para criar um espaço para as "comunidades da prática", e para desenvolverem práticas culturais da comunicação. (Silva, s/d).

Actualmente a importância das redes entre actores e instituições é crescente. São vários os benefícios que destas se podem retirar, desde a maior difusão de informação, passando pela partilha de recursos, até ao acesso a activos especializados. As redes facilitam a partilha de boas práticas e a aprendizagem inter-organizacional. No caso particular da investigação científica, as redes assumem um papel muito relevante. O caso das universidades é paradigmático, porque estas beneficiam enormemente das trocas que acontecem com outros elementos com os quais estabelecem relações de cooperação mais duradouras, o que também reforça o seu papel de promoção do desenvolvimento regional.

Moçambique, neste modelo de integração científica, categoriza-se como um país isolado. Mas torna imperativa a sua integração em redes de pesquisas internacionais para colher experiências externas, desenvolver as suas capacidades internas, etc. Assim, a sua integração em actividades de pesquisa nas comunidades internacionais promove a mobilidade dos seus investigadores, estimula a visibilidade dos trabalhos dos seus cientistas e partilha metodologias de trabalho e das infra-estruturas tecnológicas.

## Investigação científica em Moçambique

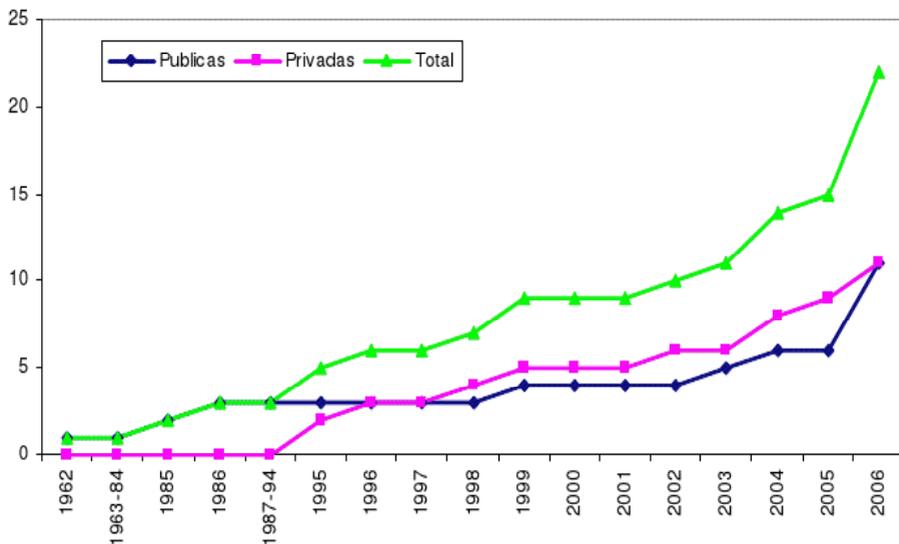
De 1975 até 1990, Moçambique não possuía nenhuma universidade privada que pudesse levar a cabo actividades de pesquisa. Por um lado, o sistema político vigente monopolizava o ensino e determinava o regime de funcionamento e, por outro, apenas funcionava uma e única universidade pública que respondia às demandas de todo o território nacional.

Relativamente ao ensino superior em Moçambique, os primeiros sinais da massificação do ensino superior em Moçambique começam a partir de 1990, depois da reforma constitucional que

liberaliza o sistema de ensino em Moçambique, veja-se o **Gráfico 1**. Foi neste contexto que surgiram as primeiras universidades privadas e, conseqüentemente, as primeiras tentativas de investigação científica suportadas por um número reduzido de recursos humanos, muitas vezes não qualificados.

O inquérito administrado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia de Moçambique, em 2006, apontava para a existência de 23 investigadores com o grau de doutoramento, 83 com o grau de mestrado e 236 com a licenciatura, conforme demonstra a **Tabela 1**, na página seguinte:

**O Gráfico 1:** A situação do ensino superior em Moçambique de 1982 a 2006



Fonte: MCT 2008

**Tabela 1:** Recursos humanos afectos à investigação científica por ocupação e qualificação

(Em número)

Qualificação	Investigadores	Auxiliares, Técnicos e Pessoal Equivalente	Pessoal Administrativo e outro Pessoal de Apoio	Total
Doutoramento	23	1	...	24
Mestrado	83	7	5	95
Licenciatura	236	29	21	286
Bacharelato	16	14	13	43
Outro	...	702	442	1144
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>753</b>	<b>481</b>	<b>1592</b>

Fonte: Matos, 2008

Na verdade, Moçambique possuía, até 2006, um total de 403 doutorados distribuídos por diferentes áreas científicas, conforme a **Tabela 2** abaixo:

**Tabela 2:** Distribuição dos doutorados por área científica

Área	1960	1961-70	1971-80	1981-90	1991-00	2001-06	Total
Ciência	...	1	...	4	30	40	75
Engenharia	...	...	1	8	9	13	31
Medicina	...	...	1	...	1	30	32
Agricultura	...	...	2	3	34	13	52
Ciência Sociais & Humanidade	1	...	3	4	24	31	73
Outras	...	...	3	11	52	74	140
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>170</b>	<b>191</b>	<b>403</b>

Fonte: MCT, 2008

Como se pode notar, entre o número de licenciados apresentados na tabela nº 1 (236) e o número de doutorados apresentados na tabela nº 2, (403), por um lado, existe um universo do pessoal qualificado que assegura as actividades científicas e, por outro, exercem as actividades de ensino nas instituições de ensino superior com uma mobilidade interna "turbinada". Mas este universo de quadros superiores no ensino e investiga-

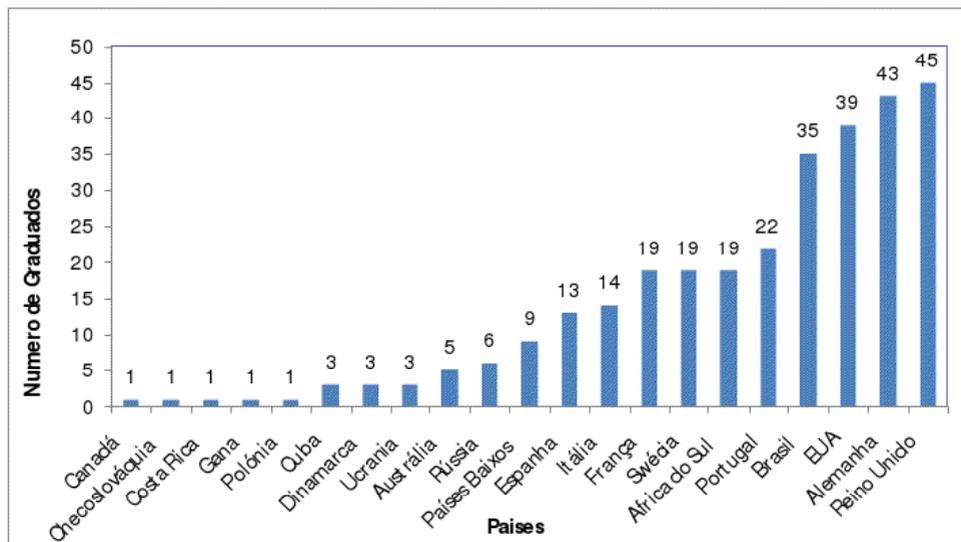
ção refere-se ao ano de 2006.

Actualmente Moçambique possui 38 instituições do ensino superior e uma população estudantil estimada em 81.250 indivíduos (até 2010). Este número continua insignificante para um país constituído por 20 milhões de cidadãos e com o corpo do pessoal doutorado e mestre que ainda é bastante reduzido.

Anteriormente, a formação dos moçambicanos para o nível superior era feita fora do país. Muitos dos estudantes adquiriram a sua formação nos países socialistas: União Soviética, República Democrática da Alemanha, Cuba ou China, mas a partir do início dos anos 1990, após a queda do muro de Berlim e com

Convém ressaltar que Cuba e os países do Leste tinham assumido o papel preponderante na formação dos moçambicanos, ao nível da graduação e de técnicos médios, nos períodos anteriores a derrocada do Muro de Berlim. Por exemplo, entre 1993 e 2001, mais de 1000 estudantes moçambicanos foram

**Gráfico 2:** distribuição dos doutorados por países onde obtiveram o grau



Fonte: FCT, 2008

as alterações políticas que culminaram na realização de eleições e na viragem do país para uma economia de mercado, essas formações passaram a se realiza-se, sobretudo, nos países como: a África do Sul, o Brasil, o Portugal, o Reino Unido, os Estados Unidos e a Austrália. Como mostra o **Gráfico 2**.

Entre os países falantes da língua portuguesa, Brasil assume uma posição dianteira relativamente a Portugal. Vários factores contribuem para esta disparidade numérica, um deles tem a ver com a política de cooperação científica com Moçambique, como mais adiante nos referiremos.

graduados em Cuba, um país que retém um elevadíssimo nível de qualidade no ensino, louvado pela ONU, depois de um estudo que revelou que o ensino cubano é o melhor do continente americano.

Apesar do crescente número de instituições de pesquisa e dos investigadores moçambicanos, a constituição de uma rede nacional de pesquisa interligada às redes internacionais de pesquisas ainda continua um desafio que está sendo levado a cabo por jovens investigadores Moçambicanos, em consonância com o governo.

Existe actualmente o esforço do governo em criar redes nacionais de pesquisas como universidades e centros nacionais que, mais tarde, serão conectados às redes de nacionais de pesquisa africanas NREN, Nationwide Research and Education Network, tais como por exemplo, TENET, da Tanzânia; KENET, do Kenya e MNREN, do Malawi. A iniciativa denomina-se Ubuntunet, e tem como objectivo conectar as instituições de pesquisas moçambicanas com as instituições de pesquisas, universidades e centros de pesquisas transfronteiriças, de modo a aumentar a troca de informação entre investigadores e estudantes.

Trata-se de uma tentativa africana de combinação do conhecimento com as oportunidades de negócio, com vista a promover o bem-estar das sociedades. Mas, no contexto académico, uma rede de pesquisa contribuirá não só para o sector público, mas também para o sector privado. A título de exemplo, uma rede ampla tal como uma rede de pesquisa e de educação fornecerá uma infra-estrutura para investigadores e estudantes ganharem habilidades na operação das redes de dados e dos equipamentos nelas empregues, abrindo espaço para o desenvolvimento e melhoria do fluxo de informação.

## **Aproximação ao Brasil**

Através de universidades e centros de pesquisas para estudantes de pós-graduação, a Capes já possibilitou a formação de 94 estudantes de 13 países africanos no âmbito do Programa de Estudante-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG). Professores universitários e pesquisadores desenvolveram estudos em diversas áreas do conhecimento ao nível do mestrado e do doutoramento no Brasil (ver gráfico 2)

Desde 2008 o Grupo de Pesquisas Resolução Científica de Conflitos - GRCC, credenciado pelo Conselho Nacional de Pesquisas – CNPq, do Departamento de Geociências – GCN da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC vem desenvolvendo, estudos, pesquisas, orientações de mestrado e teses de doutoramento no país e no exterior.

Nesse trajecto, o referido grupo de pesquisa começou a partir de 2009, quando recebeu da Universidade de Nice Sophia Antipolis, em Nice, na França, o Prémio “Lumières de L’Eau” pelas iniciativas diplomáticas na Bacia do Prata, por aproximar governos de diferentes países na promoção da gestão dos conflitos ambientais em regiões transfronteiriças, (Plataforma de projectos Brasil- Moçambique, 2011).

A partir dessa iniciativa foi criada a Rede Internacional de Gestão de Conflitos Ambientais que integra a França, a Líbano, a Costa Rica, a Argentina, o Brasil e o México. Nessa perspectiva, e a partir de 2009, no âmbito do projecto GRCC, novos países entram em cena, nomeadamente do continente africano, mais especificamente na Guiné-bissau, onde foi lançado um livro com uma Proposta de Plataforma de Projectos de Empreendedorismo para o país.

Em 2010 Moçambique entra na rede de pesquisa através da Associação de Investigação Científica de Moçambique – AICIMO, depois de várias discussões preliminares, das quais resultou um acordo de cooperação entre a AICIMO e a Universidade Federal de Santa Catarina, (Plataforma de projectos Brasil- Moçambique, 2011).

A demanda moçambicana, em termos de pesquisa, cobre dez principais

áreas: Gestão Ambiental e Mudanças Climáticas, Turismo e Cultura, Hidrologia, Recursos Hídricos, Energia e Combustíveis, Agro negócio, Gestão Governamental e Sistema Judicial, Educação Geral e Ensino Técnico Profissional. Encontros de parceria e concentração de ideias têm sido levados a cabo entre os dois países. Durante a realização da Conferência Internacional do International Council of Science – ICSU, em 2008, no qual foram discutidos vários assuntos relacionados com o papel da comunidade académica Moçambicana na preparação e realização da 29ª Assembleia Geral da ICSU em Moçambique, bem como a discussão do papel de investigação para o desenvolvimento social. Neste evento foram definidas várias áreas de cooperação de pesquisa conjunta.

De acordo com Matos (2008: cp), "a realização da 29ª Assembleia Geral da do ICSU em Moçambique enquadra-se na promoção da investigação científica no país e ainda no estabelecimento de rede de investigadores e promoção da imagem de Moçambique, no contexto universal". Esta afirmação vem revelar que Moçambique está a precisar de "sair da casca" e conectar-se às redes mundiais de investigação, um processo considerado imperioso nesta fase de globalização da ciência, do fluxo e refluxo de conhecimento, da troca de experiências e tecnologias, da troca de metodologias e soluções simples.

Outros eventos de cooperação entre as redes de investigação do Brasil e Moçambique denominada, programa "Ver Ciência Brasil-Moçambique", que é um programa da produção televisiva brasileira criada há mais de 17 anos, cujo objectivo é a divulgação da ciência através da televisão e com o papel relevante na motivação dos jovens, alunos

e professores, para as carreiras científicas e no ensino de ciências, especialmente nos níveis fundamental e médio, manifestou o interesse em cooperar na pesquisa científica através da televisão. "Ver Ciência Brasil-Moçambique" realizou o primeiro encontro em Moçambique no âmbito da cooperação entre os dois países no domínio da Ciência e Tecnologia, tendo por objectivo promover a troca de experiências entre investigadores, docentes, estudantes e jornalistas de ambos os países na disseminação dos resultados de investigação e jornalismo científico.

O Seminário "Plataforma de Projectos Moçambique-Brasil, realizado nos dias 15-16 de Agosto de 2011, em Moçambique, no qual se definiram as áreas de cooperação científica e as instituições responsáveis pelos projectos, foi um dos eventos importantes que definiram as áreas temáticas de pesquisa conjunta entre Brasil e Moçambique.

Deste modo, foram estabelecidas as primeiras redes colaborativas de pesquisa entre Brasil e Moçambique. Nelas quase 36% dos projectos de investigação envolvem pesquisadores moçambicanos. Grandes sucessos foram alcançados nesta parceria científica: produção e uso de mandioca de qualidade; promoção e divulgação de fogões institucionais, produção de plântulas de tomate; produção de outras variedades de milho, combate contra a febre Newcastle, controlo da raiva, selecção e disseminação de melhores espécies do gado bovino, etc. (Matos, 2008).

### **Cooperação científica Moçambique-Brasil**

A Cooperação técnico-científica entre Brasil e Moçambique teve um grande avanço nos últimos anos. A

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Ministério da Educação (Capes/MEC), bem como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico Tecnológico do Ministério da Ciência e Tecnologia (CNPq), através do programa ProÁfrica, iniciaram com uma importantíssima acção de iniciação científica para os países africanos, aquilo que designaram de Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), criado e coordenado há 50 anos pelo CNPq. O PIBIC desperta a vocação científica e busca novos talentos entre estudantes de graduação.

O Programa de Cooperação Temática em Matéria de Ciência e Tecnologia (ProÁfrica), coordenado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, foi criado com o objectivo de fortalecer a cooperação científico-tecnológica entre o Brasil e os países africanos. É uma das orientações da política externa do Brasil. O trabalho será concretizado por meio de financiamento da mobilidade de cientistas e pesquisadores com actuação em projectos nas áreas de excelência e de importância estratégica para a cooperação em ensino, ciência e tecnologia. Algumas instituições moçambicanas têm organizado grupos de estudantes de graduação para passarem o período de férias aprendendo o processo inicial de pesquisa em universidades brasileiras. Neste molde de cooperação, os estudantes têm a oportunidade de aumentar o número de mestres e doutores. Actualmente, Moçambique possui cerca de 300 doutores e 400 mestres, número considerado muito baixo para fazer uma investigação por excelência.

Na área de pós-graduação, a Capes têm facilitado a identificação e integração de estudantes nas universidades e centros de pesquisas brasileiras.

A Capes já possibilitou a formação de 94 estudantes de 13 países africanos dentro do Programa de Estudante-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG).

O Brasil compartilha aspectos culturais e históricos com Moçambique, especialmente, a língua portuguesa. Por isso, há potencial para se criar redes conjuntas de investigação científica, em diversas áreas.

### **Programa de iniciação científica de moçambicanos**

A cooperação técnico-científica entre Brasil e Moçambique tem crescido bastante nos últimos anos com novos projectos de pesquisa científica. Através de programas de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes/MEC e Programa de Cooperação Temática em Matéria de Ciência e Tecnologia (ProÁfrica)), Brasil constitui o parceiro principal na formação de jovens cientistas moçambicanos.

O Brasil tem incentivado o governo moçambicano a criar Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic). Note-se que, do lado brasileiro, este programa tem sido uma experiência bastante frutífera desde que foi instituído há 50 anos pelo CNPq, porque o Pibic desperta a vocação científica e busca novos talentos entre estudantes de graduação.

### **Cooperação científica Moçambique-Portugal**

Os acordos de cooperação entre Moçambique e Portugal remontam a Outubro de 1975 e aprovado pelo governo português através do Decreto nº 692/75, de 12 de Dezembro, segundo o qual cada uma das partes se compro-

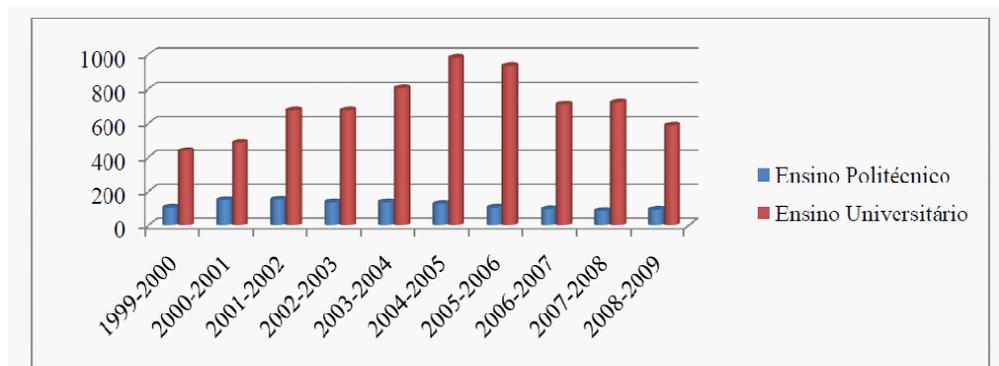
metia a contribuir para o progresso científico, tecnológico e económico dos dois países. Este acordo comprometia a Portugal a concessão de bolsas de estudo aos moçambicanos, envio de docentes, investigadores, estágio profissional. (Mourato, 2011)

Outro acordo assinado entre Portugal e Moçambique data de Maio de 1985 e aprovado pelo Decreto 37/90, de 5 de Setembro. Este visa reforçar a cooperação no domínio da educação, ensino, investigação científica e formação de quadros. Em Março de 2004 é assinado um outro acordo, aprovado pelo Decreto 31/2004, de 26 de Outubro, no qual se prevê a colaboração entre instituições

go dos 30 anos de cooperação, faltaram mecanismos de avaliação desta relação diplomática na área científica.

Alguns dados estatísticos divulgados por pesquisadores portugueses e centros de documentação apresentam apenas resultados quantitativos sobre o apoio à formação de moçambicanos em Portugal. Destes estudos, Mourato (2011), IPAD (2006) e (2009), aponta-se que 1999 foi o início da presença dos moçambicanos nas universidades públicas portuguesas, no âmbito dos acordos de cooperação. O pico máximo foi atingido em 2005, e nos anos subsequentes houve um decréscimo como a seguir ilustra o **Gráfico 3**:

**Gráfico 3:** alunos moçambicanos inscritos no ensino superior público português



Fonte: Mourato, 2011

do ensino superior e de investigação, a atribuição de vaga para a formação graduada, o intercâmbio de professores, cientistas, investigadores e técnicos; entre outras acções (Mourato, 2011).

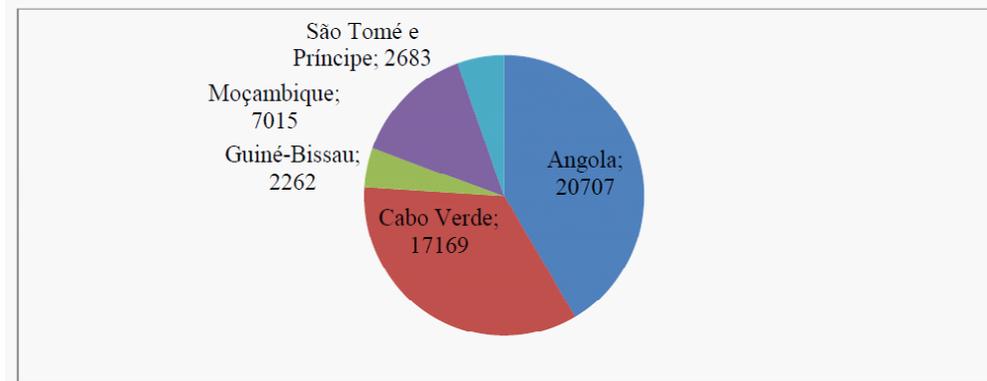
Note-se que a Portugal, desde o início da independência de Moçambique, em 1975, não faltou o esforço de estabelecer políticas públicas de cooperação com Moçambique. Porém, ao lon-

De acordo com Mourato (2011), a partir de 2005 começa a decrescer o número de estudantes Moçambicanos nas licenciaturas e no ensino superior público português. O decréscimo pode estar associado à mudança dos acordos de cooperação portuguesa, ao dar prioridade à formação em níveis de pós-graduação: mestrados, doutoramentos e pós doutoramentos.

De 1975 a 1998, dos três acordos de cooperação assinados entre Moçambique e Portugal na área de ensino (Outubro de 1975, Maio de 1985 e Março de 2004), não existem informações ou dados estatísticos, ou qualquer outra informação pública, que avaliam os resultados destes acordos, o que pode deduzir-se que não houve aplicação dos acordos nos períodos em referência.

As avaliações dos dez últimos anos (1999 - 2009) estimam que estavam inscritos no ensino superior público português 7015 estudantes moçambicanos, como demonstra o **Gráfico 4** que se segue:

**Gráfico 4:** Percentagem dos estudantes Moçambicanos no ensino superior público português face aos outros países PALOP



Fonte: Mourato, 2011

Em termos gerais, a estratégia de cooperação portuguesa foca a sua atenção no desenvolvimento e na transição dos países africanos na prossecução dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio, ODM. Dá, particularmente, atenção ao desenvolvimento dos países lusófonos, aproveitando-se das potencialidades da língua comum, a língua portuguesa, como forma de contribuir para o reforço das capacidades da Comunidade

de Países de Língua Portuguesa, CPLP. (IPAD, 2006 e 2009, Mourato 2011).

Em termos numéricos, a ajuda pública portuguesa aos países africanos de expressão portuguesa, de 2003/2007, é na ordem de 670.413 Milhões de Euros. Estas despesas estão repartidas entre vários programas multisectoriais, sendo a área de educação e cooperação científica não especificada (IPAD, 2009, Mourato, 2011).

No programa Indicativo de Cooperação Portugal- Moçambique 2004-2006, a área de educação apresenta três

linhas de prioridade: (i) reforço da capacidade institucional do Ministério da Educação, MINED, no contexto de reforma e modernização em curso; (ii) melhoria da qualidade do corpo docente, no âmbito do apoio à implementação da estratégia de formação de professores do MINED, com recurso ao Centro de Formação da Escola Portuguesa de Moçambique – Centro de Ensino e Língua Portuguesa; e (iii) apoio a futuras actividades a desen-

volver no âmbito da reforma curricular, particularmente na capacitação e formação de gestores de desenvolvimento curricular. (IPAD, 2006).

No âmbito de Ciência e tecnologia, a Cooperação Portuguesa centrou-se mais na consolidação do ensino superior, acompanhando o esforço de autonomização e sistematização que privilegiará mecanismos de apoio e sustentação e capacitação institucional, no controlo de qualidade do sistema e na intensificação da cooperação inter-universitária.

No que respeita à formação de recursos humanos, expressa através de concessão de bolsas de estudo, o apoio foi redefinido no sentido de corresponder de forma mais efectiva ao objectivo da formação superior em contexto moçambicano, daí passou-se então a privilegiar o apoio ao programa de bolsas internas para licenciatura (em instituições de ensino superior públicas ou privadas) e um aumento gradual de bolsas em Portugal destinadas à pós-graduação, ao mestrado e ao doutoramento.

Já nos anos 2007-2009 a cooperação portuguesa no âmbito de ciências e tecnologia continuava confinada à concessão de Bolsas de Estudo, naquilo que o governo português considera como elemento facilitador de transmissão e compreensão de conhecimentos. Esta forma de cooperação privilegia o apoio ao programa de bolsas internas, ao nível de licenciaturas, destinadas a instituições de ensino superior públicas e privadas moçambicanas. Quanto as bolsas de frequência as universidades portuguesas apenas são focalizadas para formação avançada em mestrados e doutoramentos. (IPAD, 2009).

Todas as estratégias de cooperação portuguesa, no sector de formação de recursos humanos, até há poucos anos estava centralizada em embaixadas e consulados portugueses que definiam os critérios de selecção e recrutamento de candidatos para a frequência dos estudos e, muitas vezes, estes critérios privilegiavam as elites políticas instituídas.

A tentativa de Portugal integrar as redes moçambicanas de pesquisa nas redes de pesquisas europeias foi através do programa europeu denominado Edulink. O projecto Edulink é o primeiro programa de Cooperação entre os países da África, Caraíbas e Pacífico, ACP, e a União Europeia, EU, para o Ensino Superior aberto a todos os países do grupo de Estados da ACP e aos Estados-membros da UE, signatários do 9º Fundo Europeu de Desenvolvimento (FED).

O projecto Edulink não se diferencia dos programas de cooperação científica portuguesa com os países africanos de expressão portuguesa, pois este direcciona-se mais ao apoio a formação do capital humano do que na iniciação científica propriamente dita. O teor do programa Edulink visa a promoção de capacidade institucional e da integração regional no domínio do ensino superior através de redes de instituições; apoia um sistema de ensino superior de qualidade, que seja relevante face às necessidades do mercado de trabalho e em conformidade com as prioridades de desenvolvimento socioeconómico dos países da ACP.

### **Programa Ciência global**

Não havendo redes de pesquisa que ligassem Portugal e os Países Africanos da Língua Oficial Portuguesa, e em tentativa de dar resposta a este proble-

ma e ao problema da fuga de “cérebros” nos países africanos de expressão portuguesa, os ministros responsáveis pelas áreas da Ciência e Tecnologia e de Ensino Superior dos PALOP, por iniciativa de Portugal, reuniram-se pela primeira vez em Lisboa, no dia 29 de Agosto de 2009 para a definição conjunta de criação de um Centro UNESCO e de uma rede de cooperação para o desenvolvimento científico e tecnológico baseada na formação, fixação e integração de recursos humanos qualificados em redes abertas de cooperação internacional (FCT, 2009).

O programa Ciência Global veio responder à ausência de uma política pública portuguesa de cooperação com os PALOP em matérias de criação de rede de pesquisa em ciência e tecnologia.

O Centro UNESCO para investigação científica, de acordo com a Declaração dos PALOP, assinada pelos Ministros de Ciências e Tecnologia dos PALOP, Portugal assume o papel anfitrião de formação doutoral e pós-doutoral em instituições científicas e Universidades portuguesas em associação com estabelecimentos de ensino, investigação e desenvolvimento de Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, S.Tomé e Príncipe e Timor-Leste (FCT, 2009).

Fica claro, através do programa Ciência Global, que os países africanos de expressão portuguesa, juntamente com instituições de ensino e pesquisas portuguesas passarão a criar redes conjuntas de formação, pesquisas e investigação, procurando fazer com que futuramente uma parte substancial do doutoramento e do pós-doutoramento possa ser efectuado também nas instituições de ensino dos PALOP (Declaração

dos PALOP, 2009).

## Conclusão

Contribuir para formação de recursos humanos para actividades de pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação em Moçambique, estimulando vocações científicas na comunidade universitária; proporcionar a apresentação de actividades de pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação produzidas a nível nacional; estimular a aproximação de formação teórica às realidades de aplicação prática em Moçambique, são as necessidades fundamentais que Moçambique precisa, nesta fase, para integração nas redes internacionais de pesquisa.

Ao analisar sobre as redes de investigação que envolvem moçambicanos, brasileiros e portugueses mostra-se, embora pequena, que a produção intelectual aplicada tem crescido e abrange a formação do capital humano e pesquisas colaborativas. Relativamente às pesquisas colaborativas, os temas e áreas de investigação abarcam um amplo leque que incluem estudos de apicultura, educação, tecnologia, agricultura, saúde, meio ambiente, geologia, etc.

O Brasil e os países da África, em especial Moçambique, apesar das suas histórias particulares e características específicas, tanto sociais, quanto culturais; política e económicas, têm muitos aspectos que os assemelha e colocam desafios comuns. Neste sentido, a cooperação científica mostra-se mais produtiva, do que com Portugal que apenas assume o papel de formador de recursos humanos.

A política de cooperação de ensino, mediado pelos Programas de Es-

tudantes de Pós-Graduação, bem como dos programas de iniciação científica em centros de pesquisas brasileiros, serve adequadamente às necessidades de países como Moçambique na busca de respostas para os seus desafios.

A estratégia de cooperação portuguesa na área científica e tecnológica visa muito mais responder aos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio. Neste contexto a promoção de redes de pesquisa conjunta com as instituições de pesquisa e de ensino superior mostra-se necessário nesta fase, depois de muitos longos anos de formação do capital humano.

Para Moçambique, Cabo verde, Angola, São Tomé, Guiné-Bissau e Timor Leste, o papel do Instituto de Apoio ao Desenvolvimento (IPAD) e o da Fundação Calouste Gulbenkian deviam reformular o modelo de cooperação científica portuguesa, devendo orientar as novas acções no sentido de criação de redes inovadoras de partilha de conhecimentos e de fomento do desenvolvimento através da ciência e tecnologia sem abdicar o papel de formação de recursos humanos que ainda são incipientes nestes países.

## Referências bibliográficas

ALVES DA SILVA, R. Sociedade em rede: cultura, globalização e formas colaborativas [online] \_ <http://www.bocc.uff.br/pag/silva-regina-sociedade-em-rede.pdf>, acessado no dia 15/11/11

CASTELLS, M (2007). A Galáxia Internet. 2ª edição. Lisboa: Ed. Fundação Calouste Gulbenkian.

CASTELO-BRANCO, C. (2007). Desafios para investigação Social e económica

em Moçambique. Acessado em Março de 2011, em [http://www.iese.ac.mz/lib/publication/Castel-Branco,Calos%20Nuno\\_Comunicacao%20de%20abertura%20da%20Conferen.pdf](http://www.iese.ac.mz/lib/publication/Castel-Branco,Calos%20Nuno_Comunicacao%20de%20abertura%20da%20Conferen.pdf)

DELICADO, A. Retorno dos "cérebros": regresso e reintegração dos investigadores portugueses em mobilidade. Acessado em Novembro de 2011 em [http://www.revistacts.net/files/Volumen%205%20-%20N%C3%BAmero%2015/delicado\\_edit.pdf](http://www.revistacts.net/files/Volumen%205%20-%20N%C3%BAmero%2015/delicado_edit.pdf). Acessado no dia 15/11/11

Declaração dos PALOP sobre o Lançamento do Programa Ciência Global, 2009, em Lisboa, [online] [http://www.mctes.pt/archive/doc/Declaracao\\_CPLP.pdf](http://www.mctes.pt/archive/doc/Declaracao_CPLP.pdf), acessado no dia 15/11/11

ECTIM, Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação de Moçambique, 2006. Acessado em Novembro de 2011, em <http://www.mct.gov.mz/pls/portal/docs/PAGE/PORTALCIENCIATECNOLOGIA/PUBLICACOES/ECTIM%20APROVADA%20CM%20FINAL%2367A.PDF>

IPAD (s/d). Estratégia Portuguesa de Cooperação Multilateral. Acessado em Novembro de 2011 em <http://www.ipad.mne.gov.pt/CooperacaoDesenvolvimento/EstrategiaCooperacaoPortuguesa/Documents/Estrategia%20Portuguesa%20de%20Cooperacao%20Multilateral.pdf> Consultado no dia 14/11/11

FCT (2009) Programa Ciência Global. Acessado em Novembro de 2011, em [http://www.fct.pt/apoios/bolsas/concursos/ciencia\\_global2009](http://www.fct.pt/apoios/bolsas/concursos/ciencia_global2009)

IPAD (2006). Programa Indicativo da Cooperação Portugal: Moçambique 2004-2006. Acessado em Novembro de 2011, em <http://www.ipad.mne.gov.pt/>

CentroRecursos/Documentacao/ProgramaIndicativoCooperacao/Documents/pic2004-2006moz.pdf

IPAD (2009). Programa Indicativo da Cooperação Portugal: Moçambique 2007-2009. Acessado em Novembro de 2011, em [http://www.ipad.mne.gov.pt/CentroRecursos/Documentacao/ProgramaIndicativoCooperacao/Documents/Pic\\_Mozambique0709vf\\_.pdf](http://www.ipad.mne.gov.pt/CentroRecursos/Documentacao/ProgramaIndicativoCooperacao/Documents/Pic_Mozambique0709vf_.pdf), consultado no dia 13/11/11

JOANGUETE, C. (2010). "Formação e Retenção de Investigadores Africanos" ,in Revista de História da África e de estudos da diáspora africana. Acessado em Novembro de 2011, em <http://sites.google.com/site/revistasankofa/sankofa5/ensaios-e-debates>

MARQUES DA CRUZ, A. (2006). Redes de Investigação: a relação da Universidade do Algarve com organismos nacionais, europeus e internacionais. Acessado em Novembro de 2011, em <http://www.cria.pt/cria/admin/app/CRIA/uploads/Documentos/redes%20de%20investiga%C3%A7%C3%A3o.pdf>, acessado no dia 15/11/11

MATOS, N. (2008). O papel da Investigação Científica em Moçambique, ponto de situação e desafios futuros, texto apresentado na 29ª Assembleia Geral da ICSU, em Novembro de 2008, Maputo. Acessado em Novembro de 2011, em [www.saber.ac.mz/bitstream/.../prof.%20dr.%20narciso%20matos.pdf](http://www.saber.ac.mz/bitstream/.../prof.%20dr.%20narciso%20matos.pdf).

MCT, (2008). Indicadores de Ciência, tecnologia e inovação. Acessado em Novembro de 2011, em [http://www.portaldogoverno.gov.mz/Informacao/ciencia\\_e\\_tecnologia/Informacao/ciencia\\_e\\_tecnologia/indicadores\\_c\\_t\\_moc.pdf/file\\_view](http://www.portaldogoverno.gov.mz/Informacao/ciencia_e_tecnologia/Informacao/ciencia_e_tecnologia/indicadores_c_t_moc.pdf/file_view).

MOURATO, I. (2011). A Política de cooperação portuguesa com os PALOP: contributo do ensino superior politécnico, tese de mestrado defendida em 2011 na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias Faculdade de Ciência Política, Lusofonia e Relações Internacionais, Lisboa. Acessado em Novembro de 2011, em <http://www.adelinotorres.com/teses/lisabel%20Mo.pdf>

MORENET, (2006). Mozambique Research and Education Network. Acessado em Novembro de 2011, em <http://morenet.mct.gov.mz/documents/Documento%20Informativo.pdf>

OSCA-LLUCH, J; VELASCO E; LÓPEZ, M; HABA, J (2010). Collaboration in Science among France, Marocco and Spain (1980-2006). Acessado em Novembro de 2011, em [http://digital.csic.es/bitstream/10261/9301/1/Osca\\_Lluch-Velasco-Lopez-Haba.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/9301/1/Osca_Lluch-Velasco-Lopez-Haba.pdf)

Plataforma de projectos Brasil- Moçambique , Santa Catarina, Março de 2011

# A Desordem Funciona: Buscando a “Coerência” no Discurso Político de Afonso Dhlakama.

- Esboço para a compreensão do discurso político do Líder da Renamo, Afonso Dhlakama

## Egídio Vaz

Historiador e consultor de comunicação e gestor internacional de campanhas midiáticas para a promoção da mudança social da Fundação Wage Indicator da Holanda. É formador do jornalismo económico, político e das Tecnologias de Comunicação e Informação/ICT Journalism. Ele é igualmente administrador-geral da EB&A-Message and Media Lda, empresa moçambicana de consultoria de comunicação, relações públicas, marketing; formação e pesquisa em áreas afins.

Em que medida a instrumentalização da desordem é funcional para o actual sistema político? Neste texto, argumentamos que o discurso belicista de Afonso Dhlakama é funcional ao sistema político vigente e enquadra-se no paradigma da instrumentalização da desordem, que é funcional para o actual sistema político moçambicano.

Argumentamos igualmente que a “promoção da insegurança” constitui um arremesso político de capital importância que confere tanto ao partido no poder como ao da oposição – a Renamo - o monopólio do campo político, remetendo ao resto dos partidos e à sociedade o papel de meros espectadores.

A desordem funciona na política moçambicana e é dentro dela que se operacionaliza todo o quadro neo-patrimonial das relações políticas e económicas dos principais actores. Só conhecendo os contornos da praxis do paradigma neo-patrimonial e da instrumentalização da desordem é que poderemos aferir a inteligibilidade do discurso político belicista de Afonso Dhlakama e daí conferir alguma coerência.

## Contra a “história por analogia”

A maioria dos académicos e cientistas sociais moçambicanos têm

imensas dificuldades (havendo mesmo alguns incapazes) para comentar com consequência e rigor necessários os recentes pronunciamentos “belicistas” de Afonso Dhlakama, incorrendo, assim, em análises moralistas e contraproducentes, confundindo a sua opinião meramente política com a académica.

Pela televisão, alguns académicos qualificaram os pronunciamentos de Dhlakama como “simples actos de desespero”. Outros ainda, e mais peremptórios, chegaram a afirmar que “os seus últimos pronunciamentos eram sinais de que a Renamo não tinha futuro” e andava agonizante”. E outros trataram de recordar a Dhlakama que o país “tem leis” que devem ser cumpridas.

Nós somos da opinião de que compete aos académicos, investigar, por exemplo, a relação entre o discurso “belicista” de Dhlakama e o contexto político que o torna possível e confere-lhe racionalidade. Mas não lhes compete transformar essa investigação num repositório de preceitos morais; não lhes compete trabalhar para os «fins», subordinar a investigação aos «fins últimos e nobres», só para citar o decálogo do cientista social Professor Carlos Serra.

Portanto, o grande desafio para os académicos moçambicanos – a maioria deles – reside na sua coragem em resistir à sedução de serem ao mesmo tempo “académicos e políticos; ou, dito de forma mais grosseira, de serem inadvertidamente porta-vozes de interesses políticos.

A dificuldade em aferir a inteligi-

bilidade do político em Afonso Dhlakama é, quanto a nós, um procedimento meramente opcional, portanto político, como resultado da influência das análises clássicas a que Mahmood Mamdani chamou por “história por analogia”, que consiste na tendência de ver as coisas africanas na perspectiva de um tipo ideal da democracia liberal ocidental. O risco dessa abordagem encontra-se no seu anacronismo implícito, caracterizado pela transferência de características e atributos indevidos a processos e fenómenos inferenciados; neste caso, a “decepção dos intelectuais e académicos em não verem “realizados” em Dhlakama, os atributos que fazem o tipo ideal de um líder da oposição numa democracia moderna.

Nós argumentamos que Afonso Dhlakama até pode ser um irracional mas os seus pronunciamentos são funcionais ao sistema político (e por isso racionais) tendo em conta o paradigma da instrumentalização da desordem, avançado por Patrick Chabal e Jean- Pascal Daloz (1999) em que a “promoção da insegurança” constitui um arremesso político funcional tanto para Dhlakama como para o partido no Poder, no quadro de um neopatrimonialismo institucionalizado. Mas atenção: isso não significa que os pronunciamentos de Dhlakama façam parte duma lógica de reprodução dum sistema político que favoreça aos dois partidos. Pelo contrário, eles documentam o grande problema do país, que é a ausência de um espaço público estruturado em torno de questões úteis.

### **A legitimidade do político no discurso de Afonso Dhlakama**

O discurso político de Afonso Dhlakama é funcional e mutuamente benéfico tanto para ele como para a Frel-

mo e Governo do dia, pois, dele, ambos tiram dividendos políticos que de outra forma não seriam possíveis, ou, no mínimo, seriam difíceis. É na "desordem", no discurso militarista, na promoção da insegurança e nos Acordos gerais de Paz de Roma em que Dhlakama encontra a sua legitimidade de líder da oposição, homem forte e insubstituível da Renamo. É na arbitrariedade e na "violência simbólica" que a todos embaraça em que ele se destaca como o único capaz de dominar um tema que nenhum outro político da oposição domina, incluindo os seus correligionários.

Mas ele fá-lo com plena consciência de encontrar do lado da Frelimo um espaço para "negociar" seja o que for, a bem da Paz. A isto se chama instrumentalização da desordem. A promoção da desordem no discurso de Dhlakama serve para que tanto a Frelimo como a Renamo, mas principalmente Afonso Dhlakama, "reafirmem" o seu compromisso pela paz e estabilidade nacional, ao mesmo tempo que aproveitam reclamar o seu espaço, delimitando e monopolizando o jogo e o discurso num campo político onde apenas eles cabem.

Decorrente disso, podemos, com uma margem de conforto, afirmar que, tratando-se de "assuntos" que só a Frelimo e Dhlakama conhecem com melindre e detalhes necessários e sendo eles os únicos actores elegíveis para a "solução" dos problemas, estamos perante um pacto de regime do tipo novo, caracterizado pelo monopólio dum campo político ao qual mais ninguém tem acesso para competir.

Assim, procede-se a "privatização da História" e do seu património,

colocam-se "todos os meios disponíveis e possíveis para a preservação do bem comum – a PAZ", PAZ essa "posta em causa" com a "insegurança" promovida no discurso do líder da Renamo, Afonso Dhlakama.

Assim, o discurso sobre a manutenção de "homens armados" da Renamo; da Guarda de Dhlakama; das bases da Renamo em Cheringoma, Maríngue e noutros cantos; a "complacência" nas arbitrariedades cometidas por "homens de Dhlakama" quando prendem Polícias da República de Moçambique ou a "compreensão" de Dhlakama quando lhe "roubam votos" em cada pleito eleitoral constituem o conjunto de elementos operacionalizantes deste "pacto de regime" que a todos beneficia.

Assim, a promoção da "violência" no discurso de Afonso Dhlakama constitui um exercício periódico, previsível e bem enquadrado no âmbito do paradigma da instrumentalização da desordem, do qual e a partir do já traçado ritual todos saem a ganhar.

A inteligibilidade do político e do seu campo em Moçambique não se apreendem "por analogia". Não está em causa o que ele anuncia, mas sim o alcance político e as suas implicações no jogo, pelo que a contradição implícita em Dhlakama sugere estarem em jogo outros interesses políticos e de poder. Não está em causa o conflito ou a Paz; homens armados e desmobilizados da Renamo ou da Frelimo – estando todos esses aspectos claramente ultrapassados, ou, no mínimo, passíveis de uma solução sem recurso à violência. O que escapa à análise de muitos é a dificuldade de ver esses aspectos todos como arremessos

políticos que devolvem Dhlakama a um campo político hegemónico que ele monopoliza e dele tira os devidos benefícios políticos.

A promoção da insegurança é uma característica prevista no paradigma da instrumentalização da desordem. A desordem funciona na política mo-

çambicana e é dentro dela que se operacionaliza todo o quadro neo-patrimonial das relações políticas e económicas dos principais actores. Só conhecendo os contornos da praxis do paradigma neo-patrimonial e da instrumentalização da desordem é que poderemos aferir a inteligibilidade do político em Afonso Dhlakama.

## O Público e a Programação da Rádio Moçambique - Serviço Público de Radiodifusão

*“A única unanimidade doutrinária quanto ao conceito de serviço público é, possivelmente, a dificuldade em defini-lo com precisão. O tema é controverso e as posições sustentadas variam significativamente, conforme as diversas ideologias e ordenamentos jurídicos aplicáveis em diferentes locais e momentos históricos. No cerne do conceito está o debate acerca do espaço a ser ocupado pelo Estado e da natureza das atividades a serem por ele exercidas”* **Miriam Wimmer & Octavio Penna Pieranti**

Desde 1997 que uma das maiores paixões que nos anima na Rádio Moçambique tem sido a concepção e construção de grelhas de programas. Esta actividade, embora decorra continuamente, atinge expressão mais visível no último trimestre de cada ano e, naturalmente, nas semanas que antecedem a sua aprovação e aplicação. Assim vistas as coisas, se calhar não fica claro que estamos a dizer que, durante o ano, a tradição tem sido a existência de duas grelhas de programas. Uma para o período do “verão” ou “defeso”, como se diz na gíria profissional. A outra programação vigora de Janeiro/Fevereiro a Novembro/Dezembro. A maior parte das rádios e das televisões segue este regime. O que pode constituir novidade, no caso da Rádio Moçambique, são os mecanismos de participação do público na construção da grelha de programas dos seus mais diversos canais. Isto, claro, na condição ex-

**António Ndapassoa**

Director executivo da Rádio Moçambique para a área das Emissões em Línguas Moçambicanas. Docente Universitário, consultor, produtor de Rádio

cepcional de Rádio de Serviço Público, do tipo e alcance dos seus emissores, do público-alvo definido, das línguas usadas na programação, de entre outros vários factores.

A ideia de falar dos mecanismos de participação do público na produção/concepção da grelha de programas da Rádio de Serviço Público permite-nos continuar a produzir o livro "Rádio Moçambique - Serviço Público de Radiodifusão: desafios do presente e do Futuro"<sup>1</sup> (NDAPASSOA, 2011).

Um dos desafios que a Rádio Moçambique (Serviço Público de radiodifusão) enfrenta é o de como construir uma programação envolvendo o público, e que o represente. E uma vez que no livro esta questão não foi discutida, permitimo-nos deixar aqui algumas notas para reflexão.

Começaremos assim por colocar as seguintes perguntas: que programação a nossa rádio pública coloca no ar? É uma programação que representa os interesses do público? Como participa o público na concepção, gestão e consubstanciação dessa programação? Parece-nos óbvio que a questão charneira e primária aqui é o entendimento sobre o que é serviço público e quem é esse público. Com efeito, será importante primeiro discutir estes conceitos. Para tal, vamos recuperar o debate sobre esta questão que é exercitada no livro que apadrinha a reflexão.

Logo no prefácio do livro (NDAPASSOA, 2011), Eduardo Namburete diz que o serviço público de radiodifusão pode ser definido como um bem público na sua propriedade, estruturação, programação e financiamento, e que tal bem pertence ao público; é para o

público e é feito pelo público. Namburete equaciona ainda os conceitos de independência (estruturas de governação que reflectem a pluralidade da sociedade) e responsabilização dos referidos governantes que deve ser feita directamente ao público. A estas características poderíamos acrescentar a universalidade (chegar a todos) e diversidade (programação variada). Estas duas últimas dimensões que trazemos ajudam-nos a visualizar melhor o "público", conceito tão maltratado, usado até à extenuação e esgrimido para todos os propósitos. Sim. Entendemos que o público somos todos nós, núcleo do Estado. Os cidadãos.

Nas cerca de 30 comunicações que o autor seleccionou para o livro, a questão da definição do serviço Público de Radiodifusão (SPR), da propriedade desse serviço e do "público" em nome do qual e para o qual o serviço existe é recorrente. Em outras palavras, os autores das várias comunicações, cada um ao seu jeito, elege como trigger point os aspectos identificados por Namburete. Discussão, por exemplo, os projectos de expansão e opções tecnológicas ou as questões de sustentabilidade do SPR e do seu financiamento, requisita um entendimento prévio sobre a propriedade.

Quando olhamos para o futuro, antevemos os debates e dilemas sobre a conjugação dos interesses intervenientes na democracia e na economia do mercado ou sobre como deve o SPR articular o conceito e a prática da concorrência tendo em conta o equilíbrio desejável entre os níveis de audiência, qualidade do serviço, a relevância social do serviço para o auditório. Também neste exercício devemos primeiro pagar as nossas dívidas em relação aos conceitos chave.

Para nós, é indubitável que o ser-

viço público de radiodifusão pertence ao público. É para o público e deve ser feito por ele. Só assim, a Rádio constituir-se-á num espaço livre onde a democracia se fortifica. Ou seja, todos os exercícios de gestão e mecanismos de produção de conteúdos devem resultar numa programação que reflecta as assumpções colocadas na mesa.

Vistos todos estes considerandos, não se pode considerar que Moçambique está despojado de um serviço público de radiodifusão. Nem tão pouco se trata de um projecto utópico ou simples e irremediavelmente falhado. As instituições da sociedade estão a crescer e a fazer-se. As mentalidades estão em transformação permanente. O Estado a reorganizar-se e a sociedade a conhecer-se, ocupando o seu espaço. Ou seja, também o “público” está a aprender a definir-se. É um crescimento e um aprendizado mútuo e contínuo.

Esta convicção alicerça-se, por exemplo, no facto de o serviço público de radiodifusão, em Moçambique, existir há menos de 20 anos. E nesse intervalo, a sociedade moçambicana ainda luta por estabilizar um modelo e projecto social e político funcional às suas necessidades e à caminhada para um Moçambique inclusivo, democrático e próspero.

Um dos maiores desafios para a existência efectiva de um serviço público de radiodifusão, incluindo as matérias de independência, governação e responsabilização, é a existência as leis que regulam o sector. Aqui, têm espaço as leis mais gerais como a das empresas públicas ou da concorrência. Mas é para a legislação específica (lei da radiodifusão, acesso às fontes, taxa de radiodifusão, estatuto da empresa) que mais olhamos.

A nosso ver, as grandes mudanças que se vão operar irão ocorrer no sentido de assegurar uma maior e melhor regulação e compromisso com o produto e menos com o provedor. A tendência do desinvestimento do governo através do orçamento do estado como exigência e garantia de “neutralidade” e independência aos poderes e a fobia à publicidade constituirá uma pressão à adopção de maiores preocupações em relação à gestão, desencorajando apetites de nomeações baseadas na conveniência política. Tudo isto, como é óbvio, é consequência histórica da génese do sector público da media no País.

O que é importante, chegados a este ponto, é reflectirmos sobre os mecanismos de construção da grelha de programas de modo que ela seja de facto o reflexo das ansiedades e interesses do público e contribua para a construção de uma sociedade inclusiva, democrática e próspera. A programação e os programas deverão ser um “bem de utilidade pública” e que tenham igualmente em conta a totalidade dos interesses da população não atendida adequadamente pela iniciativa privada.

Uma programação de serviço público deve promover uma informação isenta e de referência, o acesso ao conhecimento e à aquisição de saberes, a possibilidade de expressão e confronto de diversas correntes de opinião, etc., etc. Aliás, uma caracterização acertada da programação do serviço público e dos seus fins pode ser melhor confrontada nos estatutos da Rádio Moçambique.

### **Como chegar lá?**

Em primeiro lugar, é necessário assegurar a participação clarividente e oportuna das audiências, do público, de forma ac-

tiva e não folclórica, no debate sobre os conteúdos. Isso, como temos experiência de outras realidades, através de um provedor do ouvinte, da interacção entre os produtores e os ouvintes (as redes sociais são um palco excepcional onde esse convívio é salutar). Portanto, a lei e as práticas devem ser revistas. E como se sabe, a era do jornalismo de aquário terminou, de resto.

Muitas rádios de serviço público têm um conselho de opinião. É um mecanismo transparente e bastante eficiente para o público expressar-se de forma profunda e racional.

Para que estas ideias sejam abraçadas, várias etapas deverão ser escaladas. Algumas situam-se na esfera exterior, mormente na tutela e no governo como um todo, no parlamento e na sociedade. O esforço deverá situar-se no âmbito da reconfiguração da governação do serviço público incluindo a forma de indicação dos seus titulares.

De dentro dos media, a consciência e o imperativo da abertura a uma maior participação do público na definição e avaliação do conteúdo deve assumir-se como desafio urgente. Uma sociedade ainda não devidamente organizada ou atenta e consciente dos seus direitos sobre os media não deve justificar o actual status. Igualmente, deve-se confrontar a permanente politização dos processos sociais e não nos bunkerizar. Ou seja, espera-se dos media iniciativa e proacção. Iniciativas e oportunidades, como as jornadas de radiodifusão

e linguísticas que a Rádio Moçambique organiza, provam claramente que a sociedade sabe muito bem o que quer da sua rádio e, mais evidente ainda, que a sociedade tem uma opinião lúcida sobre a sua rádio.

Portanto, a responsabilidade da construção da programação da rádio pública não é direito exclusivo de quem está acidentalmente na posse do poder institucional. Muitas vezes, senão sempre, os temas e os termos de referência para tal empreitada estão disponíveis no contrato-programa (contrato de concessão do serviço público), na grande arena que é a esfera pública e nas organizações da sociedade que, mesmo que não fazendo parte ainda dos mecanismos formais de participação, devem entretanto ser caucionados. É de lá que vem a legitimização.

## Nota

<sup>1</sup> O livro foi lançado em Setembro durante as jornadas de radiodifusão e linguística, um evento organizado anualmente pela Rádio Moçambique para celebrar o dia da sua criação: 2 de Outubro.

## Referências bibliográficas

CURRAN, J; SEATON, J (2001). Imprensa, Rádio e Televisão- Poder sem responsabilidade. Lisboa: Jean Piaget.  
NDAPASSOA, A (2011). Serviço Público de Radiodifusão- Desafios do Presente e do futuro. Maputo: Rádio Moçambique.  
SANTOS, S; SILVEIRA, E da (2007). "Serviço público e interesse público nas comunicações", in RAMOS, M. e SANTOS, S. Políticas de comunicação. São Paulo: Paulus.

---

## **Revista Comunicação & Sociedade**

### **Normas para os autores**

#### **Princípios gerais**

1. Os artigos devem ser originais e não podem estar, à data da sua proposta para publicação, publicados ou em apreciação noutra publicação. Qualquer excepção deverá ser explicitamente indicada pelo autor aquando da submissão do artigo, para seja mencionada na publicação a ser feita.

2. Todos os artigos serão submetidos a uma revisão linguística. Logo após a revisão linguística, os artigos serão devolvidos aos autores para apreciação. Caso haja da parte do revisor pareceres que sugiram mudanças e/ou correcções substanciais do artigo, a decisão final sobre a sua publicação será da responsabilidade do autor.

3. Compete aos autores a obtenção do copyright sobre todos os materiais que não lhes pertençam: ilustrações, quadros, fotografias, etc.

#### **Submissão dos artigos**

1. Proposta via e-mail [recomendada] enviados para [rcsociedade@yahoo.com.br](mailto:rcsociedade@yahoo.com.br), com a indicação do nome e dos contactos. O texto, a ser anexado no e-mail, deverá estar em formato Word. Em separado, deverão ser enviados (i) em formato Excel, todos os gráficos e quadros inseridos no texto principal, a respectiva enumeração e legenda; (ii) em formato JPEG ou TIF, todas as fotografias inseridas no texto principal e a respectiva enumeração e legenda.

#### **Normas de apresentação dos artigos**

1. Todos os artigos deverão incluir uma folha de rosto autónoma os seguintes elementos: título do artigo (e subtítulo, caso se aplique), nome do autor, área de formação e/ou pesquisa/trabalho; instituição a que pertence (caso se aplique).

2. Os textos devem ser formatados em Times New Roman, tamanho 12, espaço 1,5. Não devem ser utilizados estilos nem formatações automáticas tais como numeração (numbering) e bolas/asteriscos (bullets).

3. Os artigos não deverão exceder 6000 palavras, incluindo notas e bibliografia.

4. Para além do texto, os autores devem enviar - em português - um resumo do artigo (800 palavras, cerca de 10 linhas) e até seis palavras-chave.

5. As notas deverão ser coligidas no fim do artigo (endnotes) (e não em rodapé - footnotes).

---

6. As palavras estrangeiras devem estar grafadas em itálico.

## **Normas de citação e referência bibliográfica**

Relativamente às citações:

— qualquer interrupção de citação deve vir assinalada com reticências dentro de parêntesis rectos [...].

— as citações curtas devem ser integradas no texto entre aspas (“ ”).

— as citações longas (mais de 3 linhas) não devem ter aspas e devem ser destacadas do texto principal, alinhadas à esquerda pelo parágrafo e fechadas pela pontuação do próprio trecho citado.

A bibliografia referenciada no texto deve seguir o estilo autor data (autor, data: página). Por exemplo (Ngoenha, 2004: 63) ou (Gordon e Brown, 2001: 39). No caso de mais de dois autores, utiliza-se et al. (Adams et al., 1995). Citações de diferentes obras do mesmo autor, se publicadas no mesmo ano, devem ser distinguidas com letras (Brown 1990a, 1990b);

As referências bibliográficas devem seguir as seguintes normas:

— Livros: apelido, inicial do próprio (data). Título. Local: editora.

Exemplo:

NEGRÃO, J. (2005). *Cem Anos de Economia da Família Rural Africana*. Maputo: Texto Editores.

— Capítulo de livro: apelido, inicial do nome próprio (data). Título do Capítulo. In apelido, nome próprio (Org.[s]), Nome do Livro (páginas). (Edição se aplicável). Local: editora.

Exemplo:

NGOENHA, S. E. (1998). “*Identidade Moçambicana: Já e Ainda Não*”. In Serra, Carlos (Org.). *Identidade, Moçambicanidade, Mocambicanização* (pp. 17-34). Maputo: Imprensa Universitária.

— Artigo em Revista: apelido, iniciais do nome próprio (data). Título do artigo. Revista, número (volume – se aplicável), páginas.

Exemplo:

FOOK, J. (2003). *Critical Social Work: the current issues*. *Qualitative Social Work*, 2(2), 123-130.